

吉尼斯世界纪录唯一权威认证★★★★★
美国保险业、推销业、服务业培训首选

Everyone can copy my success

我是世界上最伟大的推销员

史东 编译

I AM SALESMAN
白金版
JOE GIRARD

I AM THE GREATE SALESM

推销大师乔·吉拉德的神奇经验
传奇故事·心路历程·推销秘诀
★★★★★
通用汽车 通用电气 3M 惠普 IBM 福特汽车 玫琳凯 卡夫
邓白氏 约翰迪尔 西瑞游艇 戴姆勒-克莱斯勒
行等世界500强都从乔·吉拉德的培训中受益

中国长安出版社

我是世界上
最伟大的推销员

乔·吉拉德不仅是一位销售大师，同时更是一位培训大师。他有一种神秘的力量，能让你触摸到他成功背后的秘密。

——美国假日酒店连锁集团创始人　凯蒙斯·威尔孙

作为一名成功的销售人员，待人随和、有强烈的成功欲望、会倾听、懂得沟通是必备的素质。从乔·吉拉德身上，我们看到的不止这些，还有对生活的热情和对产品的深入了解。

——陕西某汽车有限公司市场部经理　刘科强

乔·吉拉德对我影响很大。每次销售家具时，我总会想：如果乔·吉拉德遇到这个问题他会如何处理呢？

——山西太原某家具店首席销售业务员　郭敏蕊

如果你每天肯多花一点时间来了解顾客，做好准备，你就不愁没有自己的忠实顾客。

——“世界上最伟大推销员”　乔·吉拉德

I AM THE GREATEST SALESMAN

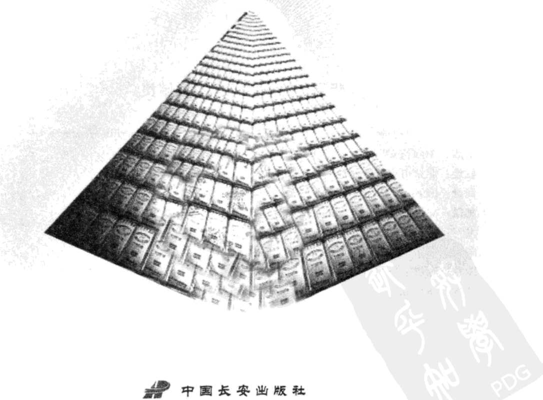


ISBN 978-7-5107-0178-8

定价：36.00元

我是世界上最伟大的推销员

史东 编译



中国长安出版社

图书在版编目（CIP）数据

我是世界上最伟大的推销员/史东编译.
—北京：中国长安出版社，2010.5
ISBN 978-7-5107-0178-8

Ⅰ.①我…　Ⅱ.①史…　Ⅲ.①推销—通俗读物
Ⅳ.①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 082657 号

上架建议：推销—通俗读物

我是世界上最伟大的推销员

史　东　编译

出版：中国长安出版社
社址：北京市东城区北池子大街 14 号（100006）
网址：http：//www.ccapress.com
邮箱：ccapress@yahoo.com.cn
发行：中国长安出版社　全国新华书店
电话：（010）65281919　65270433
印刷：廊坊市华北石油华星印务有限公司
开本：787mm×1092mm　16 开
印张：18
字数：240 千字
版本：2010 年 6 月第 1 版　2010 年 6 月第 1 次印刷

书号：ISBN 978-7-5107-0178-8
定价：36.00 元

乔·吉拉德——影响商界和无数人的传奇推销员

连续12年被《吉尼斯世界纪录大全》评为“世界第一推销员”

在15年的销售生涯中平均每天销售6辆汽车

世界500强企业精英推崇的演讲大师

毫无疑问，乔·吉拉德是一位完美的推销员。

——美国《福布斯》杂志

作为一名成功的销售人员，待人随和、有强烈的成功欲望、会倾听、懂得沟通是必备的素质。从乔·吉拉德身上，我们看到的不止这些，还有对生活的热情和对产品的深入了解。

——陕西重型汽车有限公司市场部经理刘科强

乔·吉拉德对我影响很大。每次销售家具时，我总会想：如果乔·吉拉德遇到这个问题他会如何处理呢？

——山西太原丽家家具店首席销售业务员郭敏蕊

乔·吉拉德不仅是一位销售大师，同时更是一位培训大师。他有一种神秘的力量，能让你触摸到他成功背后的秘密。

——美国假日酒店连锁集团创始人凯蒙斯·威尔孙

乔·吉拉德掌握了成功的本质：树立雄心勃勃的目标，将成功形象化，努力工作，坚持，再坚持。

——美国玫琳凯公司创始人玫琳凯·阿什

乔·吉拉德让我们认识到什么是趋向成功的态度。

——美国总统轮船公司大中国区总裁邓伟仁（Daniel Ryan）

乔·吉拉德的故事总能激励人们的精神，给人们带来灵感和希望。

——上海雅马哈建设摩托车销售有限公司总经理沃成昌

乔·吉拉德先生是自强不息和不懈奋斗的代名词，也是所有营销人员学习的楷模。

——中国奇瑞汽车销售公司总经理马德骥

乔·吉拉德如是说

“直接通往成功的电梯是不存在的，想要成功，就只能一步一步地往上爬。”

“你知道，头衔对我的生意意味着什么吗？让我告诉你，头衔一点都不重要，因为我的名字就是 Money（财富）!”

“今天我卖出 6 辆车，明天我就渴望成交 10 辆！我感觉每成交一次，就等于是升迁了一次!”

“不论你推销的是什么东西，最有效的办法就是让顾客相信——这个东西对他是真正有用的。”

“如果你每天肯多花一点时间来了解顾客，做好准备，你就不愁没有自己的忠实顾客。”

“倾听是一个好办法，你倾听得越长久，对方就会越接近你。上帝为何给我们两个耳朵一张嘴？我想，他是为了让我们多倾听、少说话!”

“当你微笑时，整个世界都在微笑。没有人愿意理睬一脸苦相的人。”

“你认为自己行，你就一定行。每天要不断向自己重复这一观点。”

“想到你所想，成就你所想，是非常重要的自我肯定。Impossible（不可能），去掉im，就是possible（可能）。勇于尝试后，你会发现自己的所得是如此不可思议。”

“如果看到一个优秀的人，要挖掘他的优秀品质，移植到自己身上。”

“推销的要点，不是推销商品，而是推销自己。”

“在卖给客户一辆汽车之后，我通常要做三件事：第一件是服务，第二件是服务，第三件还是服务！”

“对于推销人员，我认为应当在所从事行业中成为一匹“赛马”。当赛马在比赛的时候，骑手会在它们的眼睛边上放一个眼罩。这个眼罩的作用不是遮住太阳，而是让赛马无法看到周围的景物，专注于正前方的目标，努力冲向终点。集中精力，永远不要分散精力，这就是推销人员。”

“我能做到的，你们也应该能做到，因为我的天赋并不比你们好。”

乔·吉拉德的12条成功秘诀

☆ 有条不紊地记下与所有客人的约会，做好充分的准备。

☆ 与一些对你有帮助的人一起吃饭，而不要只是跟同事在一起。

☆ 视场合及对象穿着合适的衣服。

☆ 严守“五不要”戒律：不抽烟，不嚼口香糖，不喷古龙香水，不讲低俗笑话，还有男人在工作时不要戴耳环。

☆ 用心聆听。

☆ 展示微笑。

☆ 保持乐观。

☆ 紧记“马上回电”。

☆ 总结出适合自己的“250定律”。

☆ 切忌收费过高。

☆ 支持你所卖的产品。

☆ 从每一项交易中学习。



乔·吉拉德，世界上最伟大的推销员，一个满是冲劲并能把灵感和态度感染其他人的激情者。乔把自己的特征称为“火花”。用乔的话说，“小火花也能燃起熊熊烈火”。正因如此，乔·吉拉德连续十二年保持《吉尼斯世界纪录》中世界销售第一的宝座。他所创造的世界汽车销售纪录：连续十二年平均每天销售 6 辆汽车——至今无人撼动。

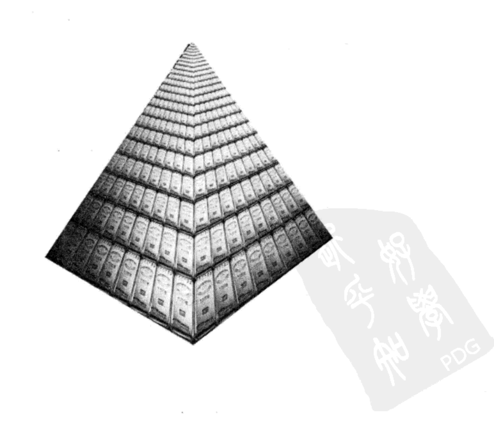
乔·吉拉德也是全球最受欢迎的演讲大师，曾为众多世界 500 强企业精英传授他的宝贵经验，来自世界各地的数百万人被他的演讲所感动，被他的事迹所激励。

乔·吉拉德 1928 年出生于美国的一个贫民窟，他从懂事时起就开始擦皮鞋、做报童，做过洗碗工、送货员、电炉装配工和住宅建筑承包商等。35 岁以前，乔只是个彻底的失败者，患有严重的口吃，换过 40 个工作仍然一事无成。直到，他开始自己传奇的推销生涯。

谁能想得到，这样一个不被看好、背负一身债务、几乎

走投无路的人，竟然能够在短短三年内被《吉尼斯世界纪录》誉为“世界上最伟大的推销员”？一个没有任何天赋的年轻人如何成长为“能向任何人推销出任何产品”的传奇人物？

虚心、努力、执著、充满热情是乔·吉拉德成功的关键，但并非乔成功的全部所在。也许当你专心读完这本书，就会领悟到全世界最伟大的推销员乔·吉拉德的成功心得以及一种“每个人都可以复制的成功”。





目录

I

吉尼斯的感叹

——乔·吉拉德的传奇故事

II

我的奋斗信念

——乔·吉拉德的心路历程

贫与富的距离





III

我的经验

——乔·吉拉德的推销秘诀

名片是成功的开始

深深热爱自己的职业



倾听和微笑

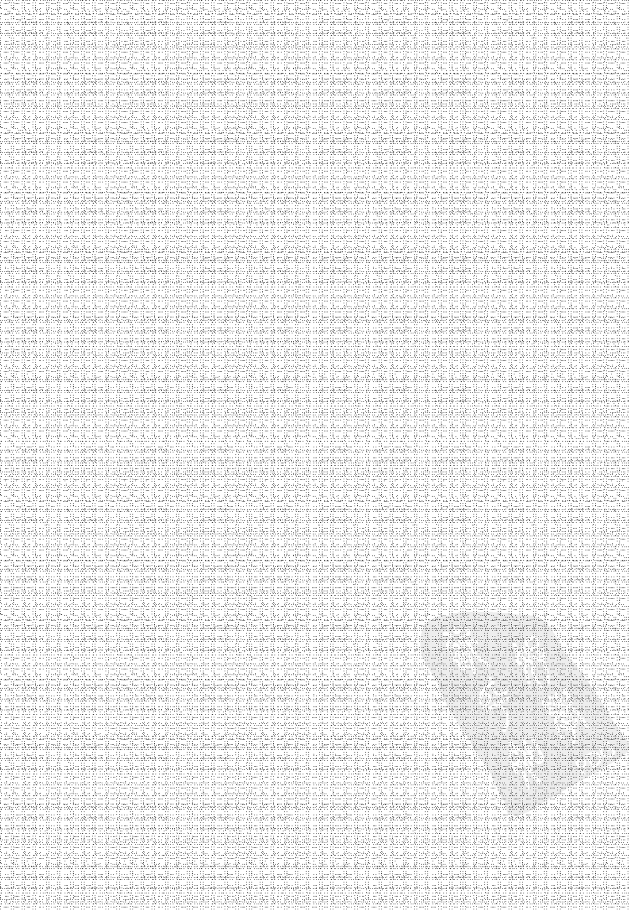
爱是唯一的诀窍

The Greatest Salesman

吉尼斯的感叹

——乔·吉拉德的传奇故事





乔·吉拉德是少数传奇人数之一：他有着强烈的愿望（野心），并能用他的态度和热情感染他人。

乔自己把这种特质称之为“火花”。用他自己的话说，是“有火花才能产生熊熊烈火”。他的第一次火花乍现于他不幸的早期生活。他于1928年11月1日出生于美国密歇根州底特律市的东部，在那个城市中有许多悲惨的贫民窟。他居住的地方离他早期的偶像乔·刘易斯只有一英里远。乔·刘易斯从贫困中挣脱出来成为世界重量级拳王时，乔·吉拉德仍是个挣扎在贫困边缘的少年。

乔的奋斗动力来自于他的父亲——安东尼奥，一个极其贫穷的西西里人。在他的一生中从未有过成功，因此加剧了他身体和精神上的痛苦。同时，他把这一痛苦也带给了他的长子——乔·吉拉德。乔时常以旁观者的心态来猜测他父亲是否是有计划地、绝望地把希望放到了他儿子身上，并对他的儿子进行磨炼。然而，无论真相是什么，老吉拉德总是经常责骂乔，并告诉他将永远是一事无成的人。这就是乔生命中的第一个火花：决心向父亲证明他是错的。

与此同时，乔的母亲却经常向乔表达她的爱和对他的信心。她认为乔一定会成功的，这是激励乔的第二个火花：向他母亲表明她的爱和判断都是正确的。

这两个火花导致了乔的第一次奋发向上。他明白的第一个道理是：聪明而持久地工作会产生奇迹。在他9岁那年，一天放学匆匆地吃完午饭后，乔就跑到附近的酒吧为客人擦鞋。他并不是随便就做出这样的举动，而是经过市场调查后发现：做生意最好的地方是人们放松并表现出礼节的地方。在酒吧做生意的另一个好处是：当天气寒冷时，那里会很

温暖。在那些日子里，乔最珍贵的两件财产——一个是他的擦鞋箱，他可以很自豪地坐在其中一个抽屉上为人擦鞋；另一个是乔在一次沙龙上为人擦鞋的照片。这些经验给他上了另外一堂有价值的课：远离酒精。长大后，乔偶尔也会小饮几杯，但他从未忘记他在酒吧里所看见的。

成功的喜悦使他开创了另一项事业：送报员。在他 11 岁那年，他开始了他的第二项工作：为底特律自由报社投送报纸。由于它是一份早报，因此乔必须在早上 5：30 起床，并在上学前送完所有的报纸。在自由报社，他很快了解到报社为那些拉到新顾客的报童提供额外的奖金。此外，每得到一位新客户，还奖励一份可拉果。于是不久，吉拉德屋后的老仓库里便堆满了乔努力得来的奖品。这使得吉拉德家中的 4 个孩子能吃到他们父母所无法提供的苏打冷饮大餐。乔开始渐渐意识到自己价值的提高，不久后又开始了他的第三项事业：为邻居小孩低价提供其他小贩无法提供的苏打冷饮。在那些日子里，他最骄傲的时刻就是把他赚的钱给他母亲，使家中的餐桌上摆上急需的食物。

底特律自由报社使乔的洞察力首次得到了不寻常的提高。在寻求新读者的竞赛中最大的奖励是：一辆崭新的两轮自行车。他才 12 岁，是本不应拥有这种小车的年纪。但他想得到一辆，并且知道怎样赢得这辆车。他抓紧每一分钟挨家挨户去敲门拉生意。这种方法一直是他的秘诀，他知道这种方法一定会奏效，所不能理解的是为什么其他的报童看不到这种显而易见的方法。乔所赢得的不仅仅是自行车，他还赢得了知识。他认识到只要坚决执行工作计划，就会成功。他也了解到大多数人不愿做出这样的牺牲。正如他曾经说的那样：**"任何一个人都可以击败我，只是他们不愿这样做。他们没有强烈的渴望去这样做。"**

乔的青少年时代的生活是艰难而痛苦的，尤其是在家中。他的自尊和骄傲常常使他和父亲发生直接的冲突，父亲会经常命令乔离开吉拉德家。从 14 岁开始，乔大部分晚上都是在他家附近地铁站的车厢里度过的，天气恶劣时，他就用 25 美分在小旅馆里过夜。那时，他已经可以

在放学后找到更高报酬的工作了，例如：洗盘子、生产集散地卸货工、投递员和旅馆接待员等。他也利用晚上在附近游泳馆工作，希望能挣到更多的钱。他经常生活在一种恐惧中，怕一旦没有足够的钱拿回家就得面对父亲的愤怒和责骂。

在学校读到11年级的时候，乔就结束了正规教育。他所说的话而不是他的名字，被学校记录了下来：**要正视固执的存在，但不要向它低头。**乔让人们认识到只有他们叫出他的名字，他才会回答。乔对学校的人说："你们这些人根本没有认识到社会是怎样运转的。"由此，乔得到了贬抑的评价，并被学校开除了。

1944年，在16岁时，乔得到了一份全职工作，在密执安锅炉公司做锅炉装配员。他一个星期挣75美元，那是他所能挣到的最大数额，为此他一天要工作12小时，一个星期工作六天。尽管工作时按要求带上了保护的面具，他的肺在这一年的锅炉维修与装配中仍受到了损害。为此，他被迫辞职。直到今天，他还有着严重的气喘病。

此后，他帮助小贩用卡车把水果和蔬菜运到底特律的东部去卖。他喜欢这份户外的工作，并为他的贩卖能力而自豪。但是，他意识到在这一行中没有多大的前途。

毫无目的地，乔在1947年1月3日加入了美国步兵团，那年他18岁。三个月后，在肯德基的福特罗克斯，乔摔倒在行驶的军车附近，为此他的背部受了很严重的伤。在确认他曾经在学校的跳水比赛时背部受伤的情况下，他光荣地退伍了。

在接下来的两年中，乔经常处于不情愿的工作状态中，他时常会沮丧地想到，是否因为缺少教育才只能做这些体力活。他经常感到丧失勇气，但从未失去希望，他坚信这个世界总有一个地方是适合他的。在1949年，他幸运地认识了亚伯拉罕·沙伯斯汀先生，一位建筑商。沙伯斯汀先生是一位热心、有教养并能理解别人的人。作为他父亲的代理者，他邀请乔加入建筑业并保证他能教会乔一切。带着新的希望，乔于

1951年6月2日与琼·克兰娣结婚，不久后他们就有了两个孩子：约瑟夫和格雷丝。乔与沙伯斯汀先生的友谊不断增长，一直到沙伯斯汀在1955年退休并把生意转让给乔。

1961年，乔在底特律部分地区修建私人住宅。他听信了一位房地产观察员的话，认为这一地区有良好的下水道系统，但事实并非如此。为此，房屋必须单独装配下水沟槽，这样大大降低了房屋的价格。最后，乔破产了。就在1962年的圣诞节，乔·吉拉德失去了工作，失去了财产，而且负债高达60 000美元。这是他一生中最不幸的时刻。

在下一年中，乔立志要为弥补他的损失和自我而无限拼搏。他一直都在寻找工作，但没有成功。在1963年1月的第一个星期，事情已糟得不能再糟了。琼·吉拉德向她的丈夫哭诉他们家已没有食物，所以孩子们都出去乞食了。就在那一天，他请求一位雪佛莱汽车销售经理雇佣他成为推销员。那位经理拒绝了他，因为一方面他缺少经验，另一方面一月一般是销售淡季。但乔声明他只要在汽车店的背后摆张桌子和电话就可以了。在那个晚上，他就卖出了他的第一辆车，并从经理那里借了10美元买了一袋食物回家。销售汽车的第二个月，他卖出了18辆汽车和卡车。他又重新恢复了生气，感受到了新生命。让他更高兴的是，汽车店的老板解雇了他，因为其他销售员抱怨他野心太大，给予他们的压力太大。

从这一点上，乔认识到他可以去卖汽车。他要向自己证明，也要向全世界证明——包括安东尼奥·吉拉德。乔很快就受雇于密执安最大的雪佛莱汽车公司，并成为全世界最好的汽车推销员！

经过十二年不懈的努力，乔比任何推销员都卖出了更多的汽车和卡车。他个人卖出的汽车比其他一些推销员卖出的总和还要多。没有任何一个汽车推销员在一年中能达到他的成绩，无论是推销汽车还是卡车。

1978年1月1日，乔洗手不干，退出了汽车推销界。在他推销汽车期间（1963～1977年），他卖出了13 001辆汽车，而且全部是零

售。现在他的大部分时间都用来写书、从事演说和指导销售。

一、有投入便有收获

工作是通向健康和财富之路。乔·吉拉德认为，它可以使你一步步向上走。全世界的普通记录是每周卖7辆车，而乔·吉拉德每天就可以卖出6辆。有一次他不到20分钟就卖了一辆车。对方告诉他："其实我就在这里工作，来买车只是为了学习你销售的秘密。"乔·吉拉德把订金退还给对方。他说他没有秘密，若非要说秘密的话，那就是"如果我这样的状态能够深入到你的生活，你会受益无穷"。

他认为，最好在一个职业上待下去。因为所有的工作都会有问题，明天不会比今天好多少。但是，如果频频跳槽，情况会变得更糟。他特别强调，一次只做一件事。以树为例，从种下去，精心呵护，到它慢慢长大，就会给你回报。你在那里呆得越久，树就会越大，回报也就越多。

二、倾听的力量

乔·吉拉德说："有两种力量非常伟大。一是倾听，二是微笑。"

"倾听，你倾听得越久，对方就会越接近你。据我观察，有些推销员喋喋不休。上帝为何给我们两个耳朵一张嘴？我想，意思就是让我们多听少说！"

乔·吉拉德对这一点的感触很深，因为他从他的客户那里学到了这一道理。乔花了近半个小时才让他下定决心买车，而后，乔所需要做的只不过是让他走进乔的办公室，签下一纸合约。



当他们向乔的办公室走去时，那人开始向乔提起他的儿子，因为他儿子考上了一所有名的大学。他十分自豪地说："乔，我儿子要当医生。"

"那太棒了。"乔说。当他们继续往前走时，乔却看着其他的推销员。

"乔，我的孩子很聪明吧，"他继续说，"在他还是婴儿时我就发现他相当聪明。"

"成绩非常不错吧？"乔说，仍然望着别处。

"在他们班是最棒的。"那人又说。

"那他高中毕业后打算做什么？"乔问道。

"我告诉过你的，乔，他要到大学学医。"

"那太好了。"乔说。

那人看着他，意识到乔太忽视他所讲的话了。他突然说了一句"我该走了"，就这样走了。

下班后，乔回到家里想了想当天一整天的工作，分析他所做成的交易和他失去的交易，乔开始考虑白天他客户离去的原因。

第二天上午，乔给那人的办公室打电话说："我是乔·吉拉德，我希望您能来一趟，我想我有一辆好车可以卖给您。"

"哦，世界上最伟大的推销员先生，"他说，"我想让你知道的是我已经从别人那里买了车。"

"是吗？"乔说。

"是的，我从那个欣赏、赞赏我的人那里买的。当我提起我对我的儿子吉米有多骄傲时，他是那么认真地听。"

随后他沉默了一会儿，又说："乔，你并没有听我说话，对你来说我儿子吉米成不成为医生并不重要。好，现在让我告诉你，你这个笨蛋。当别人跟你讲他的喜恶时，你得听着，而且必须全神贯注地听。"

顿时，乔明白了他当时所做的事情。乔此时才意识到自己犯了个多

么大的错误。

“先生，如果那就是您没从我这儿买车的原因，”乔说，“那确实是个不错的理由。如果换我，我也不会从那些不认真听我说话的人那儿买东西。那么，十分对不起。然而，现在我希望您能知道我是怎样想的。”

“你怎么想?”他说道。

“我认为您很伟大。我觉得您送儿子上大学是十分明智的。我敢打赌您儿子一定会成为世上最出色的医生。我很抱歉让您觉得我无用，但是您能给我一个赎罪的机会吗?”

“什么机会，乔?”

“有一天，如果您能再来，我一定会向您证明我是一个忠实的听众，我会很乐意那么做。当然，经过昨天的事，您不再来也是无可厚非的。”

三年后，他又来了，乔卖给他一辆车。他不仅买了一辆车，而且也介绍了他许多的同事来买车。后来，乔还卖了一辆车给他的儿子，吉米医生。

三、微笑的力量

乔说，有人拿100美金的东西，却连10美金都卖不出去，为什么?你看看他的表情。要推销出去自己，面部表情很重要：它可以拒人千里，也可以使陌生人立即成为朋友。

笑可以增加你的面值。乔·吉拉德这样解释他富有感染力并为他带来财富的笑容：皱眉需要9块肌肉，而微笑，不仅用嘴、用眼睛，还要用手臂和整个身体。

“当你笑时，整个世界都在笑。一脸苦相没有人会愿意理睬你。”他说，“从今天起，直到你生命的最后一刻，用心笑吧。”

“世界上有60亿人口，如果我们都找到两大武器：倾听和微笑，人

与人之间就会更加接近了。”

四、让信念之火熊熊燃烧

“在我的生活中，从来没有‘不’，你也不应有。我不会把时间白白送给别人的。所以，要相信自己，一定会卖出去，一定能做到。

“你认为自己行就一定行，每天要不断地向自己重复。

“你所想的就是你所能达到的，你一定会成就你所想，这些都是非常重要的自我肯定。Impossible（不可能），去掉Im，就是Possible（可能）了。要勇于尝试，之后你会发现你所能够做到的连自己都会惊异。”

乔·吉拉德说，所有人都应该相信：乔·吉拉德能做到的，你们也能做到，我并不比你们好多少。而我之所以做到，便是投入了专注与热情！

一般的推销员会说，那个人看起来不像一个买东西的人。但是，有谁能告诉我们，买东西的人长得什么样？乔·吉拉德说，每次有人路过他的办公室，他内心都在吼叫：“进来吧！我一定会让你买我的车。因为每一分一秒的时间都是我的花费，我不会让你走的。”

35岁以前，乔·吉拉德经历过许多失败。记得有一次惨重失败以后，朋友都弃他而去。但乔·吉拉德说：没关系，笑到最后才算笑得最好。

他望着一座高山说：我一定会卷土重来。他紧盯的是山巅，旁边这么多小山包，他一眼都不会看。

三年以后，他成了全世界最伟大的推销员，“因为我相信我能做到”。

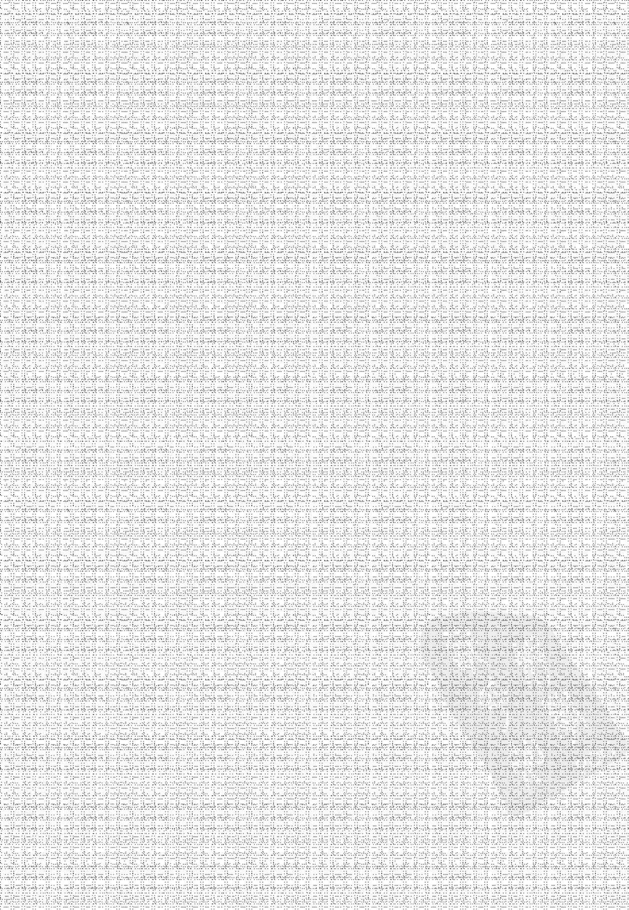
“有件事很重要，大家都要对自己保证，保持热情的火焰永不熄灭，而不像有些人起起伏伏。”乔说。

The Greatest Salesman

我的奋斗信念

——乔·吉拉德的心路历程





贫与富的距离

对于那些贫穷的人来说，财富就像是可望而不可即的星星。当我穷困潦倒时，我也曾认为我一辈子也过不起有钱人的生活。如今，我才明白，贫与富的距离只是一个念头的距离。

一个畏畏缩缩、不相信自己的人，是不可能得到财富的。就算是掉在地上的钱有幸被他捡到了，他也绝不可能利用这笔钱去发财致富。

记住，只有充满热情、虚心、努力而又执著的人，才能最终得到他梦想的财富。

一、财富生而平等

多年以前，我们的祖先就说过“人类生而平等”，以此来激发大家对自己的信心。同样，很多书中也说到“关闭了一扇门，同时也打开了一扇窗”。

多年以后的今天，我才深刻地领会到这些富有深刻哲理的话语的真正含义，同时我也更加深刻地认识到另外一项真理，那就是：财富也是生而平等的。

也许有人不同意我的话，认为有人生下来就是富翁，而有人却一贫如洗。然而有意思的是，生而富有的人却往往不能一直家财万贯，也许到中老年就穷困潦倒了；而生来一贫如洗的人却往往会从苦难中崛起，

成为人们眼中的成功人士。

而我，就是生于美国的贫民窟中，却意想不到地获得了如此的成就。因此，从这一意义上来看，在财富面前也是人人平等的，就看你有没有抓住机会，并且充满信心地将机会把握到底。

贫穷不是理由

“因为穷，所以我发不了财。”这种错误逻辑是所有贫穷者必须跨过的一大障碍。

在我小时候，我母亲就告诉过我，我们之所以如此贫穷，是因为父亲的懒惰。

她说：“如果你决心不再贫穷。你一定会找到办法的。”于是我从擦皮鞋开始做起，最终找到了不再贫穷的办法。

在我的国家，与我有同样遭遇的人很多，一些人最终也同样获得了成功。亨利·威尔逊副总统就曾经是个比我更贫穷的人。

“我出生在贫困的家庭，”他曾经这样说道，“当我还在摇篮里牙牙学语时，贫穷就已经露出了它狰狞的面孔。我深深地体会到，当我向母亲要一片面包而她手中什么也没有时是什么滋味。”

“我在10岁时就离开了家，当了十一年的学徒工，每年可以接受一个月的学校教育。最后，在十一年的艰辛工作之后，我得到了一头牛和6只绵羊作为报酬。我把它们换成了84美元。从出生一直到21岁那年为止，我从来就没有在娱乐上花过一美元。每一美分都是经过精心算计的。

“我完全知道拖着疲惫的脚步在漫无尽头的盘山路上行走是什么样的痛苦感觉，我不得不请求我的同伴们丢下我先走……在我21岁生日之后的第一个月，我带着一队人马进入了人迹罕至的大森林里，去采那里的大圆木。

“每天，我都是在天际的第一抹曙光出现之前起床，然后就一直辛

勤地工作到天黑后星星探出头来为止。在一个月夜以继日的辛劳努力之后，我获得了6美元作为报酬，当时在我看来这可真是一个大数目啊！每个美元在我眼里都和那又大又圆、银光四溢的月亮一样。”

在这样的穷途困境中，威尔逊先生下决心，不让任何一个发展自我、提升自我的机会溜走。很少有人能像他一样深刻地理解闲暇时光的价值。他像抓住黄金一样紧紧地抓住了零星的时间，不让一分一秒无所作为地从指缝间流走。

在他21岁之前，他已经设法读了1000本好书——想想看，对一个农场里的孩子，这是多么艰巨的任务啊！

在离开农场之后，他徒步到100英里之外的马塞诸塞州的内蒂克去学习皮匠手艺。他风尘仆仆地经过了波士顿，看见邦克·希尔纪念碑和其他历史名胜。整个旅行只花费了他1.6美元。

一年之后，他已经在内蒂克的一个辩论俱乐部脱颖而出，成为其中的佼佼者了。后来，他在马塞诸塞州的议会发表了著名的反对奴隶制度的演说，此时距他到这里尚不到八年。而十二年后，他与著名的查尔斯·萨姆纳平起平坐，进入了国会。

似乎美国所有的伟大人物都诞生在狭小简陋的木屋中。所以，我们每一个人都不能把暂时的贫穷当作自我消沉的理由。

只要上帝赐予了我们健全的大脑和身体，再加上一个坚定不移的目标，那么任何人都不必悲观绝望，不管你是如何的穷困潦倒。

对那些生活在这片土地上，善于抓住和捕获每一个机会的人来说，财富之门和成功之门是永远向他们敞开的。

重要的并不在于你是出生在肮脏阴暗的贫民窟，还是出生于金碧辉煌的豪华住所中。只要你有向上的愿望，有探索的精神和不屈的意志，有不达目的誓不罢休的决心，那么，任何东西都无法阻挡你奋勇前进的步伐。



财富与智力无关

如果你去随机访问一些美国人怎样才能获得财富，那么他们也许会说出一系列可以料想得到的因素：财产继承、运气、股票和市场投资等等。而在所罗列的一系列因素中，排在最前面的肯定是：高智商、高学历以及进入名牌高等院校等。

这是很让人奇怪的事，大家似乎都把智商与财富画上了等号。不可否认的是，高智商的人也许会获得更多的成功机会或是更高的人生起点，但是否能咬牙坚持到终点却不是智商所能决定的了。

“我很笨，所以没机会发财了，我这一辈子就这样了。”这就是许多人之所以仍然穷困的原因之一。

智商的高低并不代表学习能力的高低，我们都不是天才，但我们都有学习能力。当我刚做推销用人们认为最“笨”的方法挨家挨户推销时，所换来的却是各种推销技巧的积累和越来越多的客户。正是有着这样的基础，我才能取得一次比一次大的成功。

记得曾有一位朋友对我说过，在当今社会，没有高学历的人，就不会有多大的成功希望。

但是，事实并非他所说的那样，因为我的经验告诉我：学历和所谓的智商只是给别人看的，而真正成功的希望只能靠我自己。

不仅我是这样想的，我的朋友詹妮弗也是这样认为。詹妮弗从不相信传统的成功之路，也就是获取文凭谋求好职业。正因为她也是一个敢于挑战传统的人，所以我欣赏她。

她说：“我不能浪费这些时间。”所以她在纽约州立大学只读了一年就退学了。她认为四年大学像是中学和进入现实社会之间的一段间隔，她不愿意花这么长的时间“休息”，而决心进入商界挣到100万美元。

她进入一家缝纫厂做工人，在厂里以惊人的速度取得进步。每当有人离开艰苦的岗位时，她便对老板说：“我能把活接过来吗?”后来她开

始从事销售工作，仍是以好学和拼命的精神投入工作，于是她在三年内工资由每年8 000美元提高到了6万美元。

这时，她意识到在这里已干得差不多了，于是辞去了工厂的工作。

她对从宝石到保险业的销售进行了调查，最后加入了贝奇房地产公司。开始时她很不顺利，她做的几笔买卖都失败了，几乎没有挣到什么钱。她白天拼命工作，晚上到夜校读房地产经营的课程。第二年，夜校的课程上完后，她的生意开始兴隆起来，那年她拿到了100万美元的佣金。然而，她刚做完一笔最大的交易后，就被嫉妒她的老板给解雇了。

詹妮弗没有被这件事所打垮，因为她已积累了足够的坚强和应对挫折的能力。她后来又加入了夏皮罗房地产公司，仅仅一个星期，该公司的成交额就增加了一倍。她终于实现了她的梦想。

如今，当我们谈论起她当初退学的决定时，她说："我至今都很庆幸我当年所做的这个决定。"

我们都深深感激在年轻时所受的各种挫折，在不断寻找工作、积累经验的过程中，我们同时也找到了成功的方向和信心。

用积极的心态面对财富

面对财富唯一的不平等来自心态上的不平等。举例来说，不同的人面对被解雇时，有着不同的心态：一个人会认为工作丢了，这下生活肯定没着落了；而另一个人却认为，我终于有机会尝试另一份工作了。这就是为什么有些人能成为富豪，而有的人却一辈子活在懊悔中的原因。

在推销界中，一直流传着一个这样的故事：

两个欧洲人到非洲去推销皮鞋。由于炎热，非洲人向来都是打赤脚。第一个推销员看到非洲人都打赤脚，立刻失望起来："这些人都打赤脚，怎么会要我的鞋？"于是放弃努力，失败沮丧而回；而另一个推销员看到非洲人都打赤脚，惊喜万分："这些人都没有皮鞋穿，这里的皮鞋市场大得很呢！"于是想方设法引导非洲人购买皮鞋，最后发大财

而回。

虽然这个故事很简单，也有无数的人读过它。但真正能从心里感到震动的和有所行动的人却少之又少。这就是一念之差所导致的天壤之别。

我们虽然不能改变事实的发生，但我们可以改变心态，而我们的心态在很大程度上决定了我们人生的成败。

积极的心态是人人都可以学到的，无论他原来的处境、气质与智力怎样。

保持对生活的乐观精神

积极的心态源于对生活的乐观精神，凡事不要想得太悲观、太绝望，否则你眼中的世界将是一片灰暗。

只要抱着乐观主义心态，就必定是个实事求是的现实主义者。而这两者，正是我们解决问题的重要工具。

最不足以交往的朋友，就是那些悲观主义者和一些只会取笑我们的人。真正的朋友，应该是“没有什么大不了，只是有些不方便而已!”这种类型的人。

心怀必胜的想法

一个对自己内心有完全支配能力的人，对他自己有权获得的任何其他东西也会有支配能力。当我们开始运用积极的心态并把自己看成是成功者时，我们就开始成功了。

谁想收获财富，谁就要当个好农民。我们决不能仅仅播下几粒积极乐观的种子，然后指望着不劳而获。

我们必须不断给这些种子浇水，给幼苗培土施肥。疏忽了这些，消极心态的野草就会丛生，夺去土壤的养分，直至庄稼枯萎而死。

照看好财富的庄稼，别给野草浇水。

心存感激

在大多数情况下，你怎样对待生活，生活也就怎样对待你。

如果你不停地抱怨命运的不公，你就会越来越多地发现你的命运正每况愈下。如果你一味地抱怨贫穷，你会发现你正渐渐地一无所有。

如果你常流泪，就看不见星光。对人生、对大自然的一切美好的东西，我们要心存感激，这样的人生会显得美好许多。

在我的生命中，我常常为此充满感激。虽然我总是失去工作，但我也总是能找到工作；虽然我曾有严重的口吃，但我还能说话，还有变好的希望；虽然我曾经穷困潦倒，但我的家人却一直支持我……

每天走出家门时，我都会对生活充满了感激之情，因为我仍然健康地活在这个世界上，还可以为每天的目标而奋斗。

我们常常不懂得感激，不懂得珍视身边所拥有的东西，当失去它们时，我们才悔恨莫及。

忽视鸡毛蒜皮的小事

做大事的人不会把时间和精力花在小事情上，尤其是鸡毛蒜皮般的事情。这些小事情会使人偏离主要目标和重要事项。

如果我常常对一件无足轻重的小事情做出小题大做的反应，那我今天还会在擦皮鞋的地方与人斤斤计较。

然而，世上却有许多因为小事而做出荒谬反应的事情：

瑞典于1654年与波兰开战，原因是瑞典国王发现在一份官方文书中他的名字后面只有两个附加的头衔，而波兰国王的名字后面有三个附加头衔。

有人不小心把一个玻璃杯的水溅到了托莱侯爵的头上，就导致了一场英法大战。

有个小男孩向格鲁伊斯公爵扔鹅卵石，导致了瓦西大屠杀和三十年

战争。

虽然你我都不大可能因为一点小事而发动一场战争，但我们肯定能因为小事而使自己周围的人不愉快。

要记住，一个人为多大的事情而发怒，他的心胸就有多大。

学会奉献

曾被派往非洲的医生及传教士阿尔伯特·施惠泽说过："人生的目的是服务别人，是表现出助人的激情与意愿。"

你我也许不会有这么无私的理想，但我们都要学会奉献。

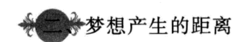
事事有舍才有得，要得到更好的职位，你就必须放弃现有的职位；要得到别人的帮助，我们必须先学会帮助别人；要想挣更多的钱，我们就不能吝啬对金钱的投资。

为此，我常常忠告我属下的推销员："忘掉你的推销任务，一心想着你能带给别人什么服务。"

我告诉我的推销员们，如果他们每天早晨开始干活时这样想"我今天要帮助尽可能多的人"，而不是"我今天要推销尽量多的货"，他们就能找到与买家打交道的更容易、更开放的方法，推销的成绩就会更好。

当我们抛除那些只顾自己的自私想法，学会奉献与服务他人，我们会变得更有力量，也更加执著。

说到底，谁能抗拒一个尽心尽力帮助自己解决问题的人呢？



二、梦想产生的距离

人类的心思是很奇妙的东西，我们创造出的每一件事物，小到最简单的一张桌子，大到极其复杂的航天飞机，都是由梦想开始的。

财富的获得也是如此。如果你在心中大大地张开梦想的网，你的人生就能收获更大的财富。也就是说，你只有拥有强大的希望，才能够获得更大的成就。

如果你连想都不敢想，你当然更不敢付诸行动了。

从敢于梦想开始

当你在诉说心中的梦想时，是不是有许多人对你大加嘲笑，还有所谓的权威人士对此发表评论，认为你完全没有成功的可能？

许多人都失败于各种智商测试、学习能力测试和其他各种冷冰冰的权威测试中，同时，他们又愿意接受这些所谓命运的安排。所以，他们在还未敢梦想之前就扼杀了梦想的种子，就向所谓的命运投降了。

对他们来说，较低的分数和等级必然会导致日后的贫穷。他们在最年轻最富挑战力的时候就已丧失了成功的希望，并从此以此为借口欺骗别人的同时也欺骗了自己。

想要累积财富的你可要注意，那些在世上独领风骚的人都不会是安分守己的人。他们有远见、有勇气、有胆量地向老师、教授、企业批评家和教育测试中心所给出的评价进行挑战。

你在计划赚取属于自己的那一份财富时，别让他人的讥笑嘲弄左右了你。

要在这个瞬息万变的世界拔得头筹，你必须具备披荆斩棘的拓荒精神。人类史上的拓荒者都是赋予文明精神的梦想家，他们为了要发展自

己的天赋潜质，并且以之生财，往往都以继往开来的伟大精神追求及实现自己的梦想。

如果你认为做这件事有利于你致富，而又不损害他人的利益，那么就放手去做吧！

决不安于现状

安于现状可能是对某些投机分子的警告，但绝不是我愿意接受的忠告。

如果我安于现状，可能现在仍住在阴暗的贫民窟里。只有对目前的状况不满，才会有前进的动力。

我有我的梦想，不想再忍受那些痛苦、不愉快的生活。我希望赢得人们的尊敬和爱戴，给我的家人带来财富和满足。正是因为有这种梦想，我咬牙忍受各种挫折，相信总有一天好的日子会来到的。而如今，我也真的做到了。

像我这种不安于现状的人还有许多。一次，在为推销员演讲时，为了赶时间我不得不搭计程车前去，并因此而碰到了一位心中充满了梦想的司机。

当时我等了一会儿就等到了一部空车，那是部非常干净但却非常老旧的车子，看上去大概已有二十年的历史了。

我坐上车后，告诉了司机要去的地方，然后出于职业习惯，我和他轻松地聊了起来。

当我问起这部车时，他非常肯定地对我说："这是我自己的车子，我自己做生意，很快地我将会拥有两部这样的车子，而我的梦想是20部。拥有了20部汽车后，我就可以开一个公司了，这就是我的梦想。"

我对他说："太好了，我真的很高兴能碰到像你这样有梦想的人，你在美国住多久了?"

"一年零一个月"，他说："我刚来时，身上只有200美元，但现在

我已经有了一份属于自己的事业。”

“你真是了不起啊!”我说，“你工作一定非常卖力。”

“哦，不，先生”，他说：“这不是工作。我对于我现在所做的事业非常喜欢。你看，我的财源滚滚而来，为什么这些钱不是被一些老板、大公司赚去呢？正如你所说的，我是一个有梦想的人，总有一天我要过上很好的生活。”

通过与这个司机的对话，我更加坚信：成功是产生在那些不满现状，并且为此奋斗的人身上；而失败则根源于那些不敢梦想，忍受痛苦并安于现状的人身上。

梦想只是个起点

如果你已经拥有了强烈的创富意识并且也已经规划出了致富梦想，但是由于种种原因，现在的你仍然没有成功，没有享受到财富的乐趣，那你千万不要气馁!

因为梦想的力量，只是燃油。除此之外，你还要有精良的机器，经久耐用的车厢，优良的方向仪与高超的驾驶技术才可以把你的致富列车带动着运转起来。

要知道，梦想对于你来说，只是个起点。梦想不会出自懒惰散漫、漠不关心的人，也不会生自胸无大志者。

约翰·坦普登就是这样一个发动全身力量实现其梦想的男孩，在他17岁那年，他就经常梦想着有朝一日要成为一家大公司的首脑。

进入耶鲁大学后不久，他的兴趣就从经营一般企业转移到研究评断公司的财务之上。大学二年级时，他的父母由于生活拮据而无法再继续供他念书，迫使他陷入不知该休学就业还是该半工半读的窘状。

要做出这样的决定非常困难，但因为约翰有自己的梦想，因此他很快就做出决定：无论如何都要坚持到毕业。

最后他做到了，他不但每学期都取得了优异的成绩，而且也利用奖

学金及一份兼职工作解决了学费与伙食费的问题。

三年后，除获得经济学学士的学位外，同时他还获得了著名的路德奖学金，并取得了全国优等生俱乐部耶鲁分会会长的头衔，以极其优异的成绩毕业。以后的两年，他前往英国牛津大学攻读硕士。此行对于后来从事财务经营有很大影响。

约翰回到美国后，前往纽约开始正式追求自己的目标。他的起步是一家颇具规模的证券公司，他在公司里的职务是投资咨询部办事员。

不久，朋友告诉他有一家公司正在征聘年轻上进的财务经理。这家公司的名称是“国家地理勘察公司”，是一家石油勘探公司。约翰听说之后，便前往应征，因为他认为这家公司可以让他进一步学到许多有关财务经营方面的东西。于是，他进入了这家公司，一干就是四年。

四年之后，虽然这家公司业务非常稳定，而且他的表现也不错，但是他觉得能学的已学得差不多了，他又开始怀念起老本行了。于是他再次回到证券公司工作，并等待着机会的来临。

最后，机会终于来到了他的面前，一名资深职员即将退休，而这个人拥有八个相当有实力的客户，欲以5000美元出让。

这对约翰来说是相当大的赌注，5000美元在当时相当于他的全部财产。若此举失败，他将会变得一贫如洗。而且，把这些客户接下来之后，能不能留住还是个问题。这时，约翰再次面临重大选择。

最终，他对梦想的渴望战胜了一切，他接下了这八名客户，并且立即一一前往拜访，十分坦率而且诚挚地向他们说明了自己的理想与计划。客户们都被他的热情与直率所感动，都表示愿意留下观察一段时间。

当约翰自立门户时，他也正是一贫如洗时。两年的岁月很快就过去了，约翰几乎每天都在为员工的薪金及管理费用忙得焦头烂额。有时候，他连自己的薪金都发不出来。两年期间，公司便在这种拮据的情形下惨淡地经营着。虽然如此，公司要求的服务品质并无降低，反而愈来

愈高。

到了第三年，终于苦尽甘来，公司业务开始蒸蒸日上，客户也有了显著增加，约翰自立的梦想终于实现在现实世界中。

如今，约翰已是一家投资咨询公司的总裁，拥有将近一亿美元的资产，并兼任一家大型互助银行的常务董事及数家公司的董事。于是，一名 17 岁高中生的梦想在不到 40 岁时就实现了。

用想象激励梦想的实行

有许多方法可以使我们清清楚楚地描绘出自己的梦想，并想尽方法去实现它。

如果你的梦想是有一定的收入，你就把你想得到的数字写下来贴到你的汽车方向盘上，或贴到浴室的镜子上或是你每天都要注视到的任何地方。

当你一个人的时候，你就大声地说："今年我要赚到多少多少钱!"一天说好几遍。做了这些事后，你的潜意识，也就是你的心智器官中神秘且强有力的主要部分，就会引导你实现你的梦想。

我有一位客户是一位年轻人，他在一家航空公司里担任基层管理工作。他向我讲述了他的梦想以及他实现梦想的方法。

他说："我相信十年内我就可以做到高级主管的职位。因为我知道在和我同阶层的同仁中，没有一个比我工作更勤奋，也没有一个比我更有能力或比我有更大的抱负。因此我要做一些事来加强我的自信心，使自己更加确信我和我的妻子及两个小孩应该也能享受美好的生活。

"我激励自己的特殊方法是，每周一次至二次，我会多绕点路去公司上班。我驾着车经过一个非常漂亮的住宅区，那里的房子是非常大而且是传统设计的，那里的土地至少有好几亩，而且邻近的环境也相当优美。

"然后，我就问自己：为什么这些人能住得起这么漂亮高级的房子

呢？有些人生于富裕家庭，但据我所知，他们之中大部分的人都是白手起家的。正如你所说的，他们都有过美好的梦想并且实现了这个梦想。我也有个很大的梦想，我也要实现这个梦想。”

为梦想做承诺

当一个人全力以赴地去达成自己的目标时，任何事实都无法阻挡他。

我们大部分人一定听过那些比赛输了的球队的足球教练解释说：“我想，今天我们没有全力以赴，所以没能赢得胜利。”或“事实上，我们今天没有进入状态，所以失败了。”其实，这种解释等于什么也没说。

换句话说，如果你已经完全决定，愿意不惜牺牲一切，专心致力于追求目标时，没有什么能阻止你那已经全心投入的状态。

喜欢拳击的人大概都知道，吉尼·杜耐曾击败了杰克·丹普赛，成为世界重量级拳击锦标赛的一代拳王。但他们并不知道杜耐是一个对梦想承诺，能把柠檬变成柠檬汁的人。

当杜耐开始拳击生涯时，是个相当强壮的攻击手，能一拳击倒对手。第二次世界大战期间，他是美国远征军中的一员。有一次在法国表演拳击时，弄断了双手。医生和他的经纪人都告诉他，他的手很脆弱，再也无法赢得世界重量级拳击锦标赛的冠军了。

然而，杜耐的意志并未因此而动摇，他说：“如果我无法以攻击手的身份赢得锦标，那就是以拳击手的身份获胜。”于是，他成了拳坛上最科学与最富技巧的拳击手之一。杜耐凭着技巧击败了杰克·丹普赛，赢得了世界重量级锦标赛冠军。

拳击专家都一致同意，如果杜耐没有断过手，永远也不会赢得重量级锦标赛冠军。因为他们认为杜耐如果靠原来的硬拼猛打，是根本打不过杰克·丹普赛的。而如今他却用拳击手的技巧使他赢得了比赛。

如果当初杜耐在双手断后，便放弃了他的梦想，他也就无法取得今

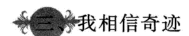
天的成就了。

梦想是各种各样的。当生命走到尽头时，我们才会了解到梦想是干成一切事情的起点。

因此，以后如果有人说你傻得如同白日做梦，你就分析一下那个人，也许你会发觉他或她肯定非常平庸，什么成就也没有，也不会受人佩服。而这种人绝不是你的榜样。

每个人都需要别人的建议，但要记住，你只能接受那些相信梦想有其不可思议的力量的人所给你的建议。





三、我相信奇迹

许多人不相信所谓的奇迹，因为他们从未真正地创造出奇迹。但我相信奇迹，因为我创造了众人眼中的“奇迹”。

什么是奇迹？在我为众多的企业精英做演讲时，他们最想知道的是我如何在短短三年内就进入了吉尼斯世界纪录，并且创造了连续十几年平均每天销售 6 辆汽车的这一“奇迹”。而我告诉他们：“其实你们每个人都可以实现这一所谓的奇迹。如果你们能坚持每天拜访至少 50 位客户并且一直坚持下去。”

奇迹并不是人们想象中的那样神秘莫测，因为各种奇迹的产生也都是由人来完成的。当人们不再用各种借口来掩饰自己的懒惰和失败时，人人都能创造出奇迹。

常人眼中的奇迹

在常人眼中，一个报童是不太可能在任何一个领域内有大的作为的。对于那些习惯于怨天尤人，不敢在生活中跨出最重要的一步的平常人来说，报童的生活也就在于仅能糊口罢了。

然而，托马斯·爱迪生先生，这位对美国大陆工业革命起到了历史性推动作用的大发明家，就曾经是大干线铁路上的一个报童。

在 15 岁时，爱迪生先生就开始涉猎化学领域，他还自己弄了一个流动的实验室。一天，当他正在从事一些秘密实验时，火车突然拐了一个大弯。结果，装有硫磺酸的瓶子破裂了，一股怪异的气味随即飘散了开来，同时还发生了一系列复杂的化学反应。深受其害并忍无可忍的列车长立即把这位年轻的科学爱好者驱逐了出去。

在他的发明生涯中，这样的例子举不胜举。他经历了一个又一个的危险场面，尝尽了人间世态的种种冷暖炎凉，直到他最终成为世界科学

园地里最辉煌璀璨的一颗明珠，成为人们交相称赞的发明大王。

当被问及成功的秘诀时，爱迪生先生说："我相信奇迹是要由双手去创造的。"

在世俗之辈的眼中，英国的著名人物埃尔登勋爵可谓是名副其实的"没有机会"。在他还是一个小男孩时，饥寒交迫的现实使得他根本没有机会去上学，甚至连一本书都买不起。

值得庆幸的是，埃尔登并不认为自己就要这样贫困地过一辈子。因为他有着坚忍不拔的意志，有着顽强抗争的勇气，他注定要高过芸芸众生，要出人头地。

每天凌晨四点，他就起床，就着一盏孤灯抄写他借来的大部头的法律书。他如饥似渴地追求着知识，很多时候都把自己搞得筋疲力尽，大脑拒绝运转为止。即便是在这样的时候，他还要往头上戴一个湿帽子，以便自己能够继续保持清醒的头脑来学习。

在他第一年实习工作中，他只赚到了 9 个先令。然而，他灵魂中的理想之火却烧得越来越旺了。当埃尔登即将离开法院时，司法官拍着他的肩膀说："年轻人，你的面包和黄油从此有着落了。"

这个"没有机会"的男孩凭借着自己的顽强意志、渊博的知识、过人的才能与良好的修养，一步一步地走上了成功之路。他的事业开始扶摇直上，最终成为英国的大法官和他所处时代最杰出的律师之一。

著名的金融家与慈善家斯蒂芬·吉拉德也有着相似的人生经历。

他在 10 岁那年远离了自己故乡法国来到了美国，以在船上当侍者为生。他的远大抱负就是要为自己开辟一片天地，并不惜一切代价来获得成功。

任何工作，不管它们是多么的繁重劳累，或者是肮脏卑微，他都愿意去干。就像古希腊神话中点石成金的迈达斯一样，他干一行赚一行，很快就由一个穷小子一跃成为费城富可敌国的大商人。

类似这些"奇迹"的例子还有许许多多，也都是实实在在地被人实现了的。而这些奇迹的产生也很简单，是目标、汗水和泪水的混合物。

奇迹的起跑线

对于那些认为自己不具备创造奇迹条件的人，我想要说明的是：事实上，我们每个人现在都是和那些最终会超越芸芸众生的卓越人物站在同一起跑线上。

如果你们能记住我的话，并在三十年之后好好地回味咀嚼的话，你们将会发现，到那时，主宰着这个国家的前途和命运的那些才智卓越之士，那些位高权重的人——既包括实力雄厚的工业巨头，也包括家财万贯的亿万富翁；既包括口若悬河的雄辩之士，也包括才华横溢的诗人作家；既包括运筹帷幄、叱咤风云的政治家，也包括仗义疏财、散金如土的慈善家。

他们现在都与你们站在同一起跑线上，不会比你有丝毫的优越条件，与你一样的捉襟见肘，甚至一样的穷困潦倒。

这些财富就在我们的手中，在我们的脚下，在我们的眼睛里，在我们的耳朵中。

永远不要再犯这样的错误，说自己没有创造奇迹的资本。

至于说到条件，即便是世界上最贫穷的人，他的身上也具备了所有能够赋予他财富的资本。

意志是奇迹的催化剂

强烈的意志是奇迹产生的催化剂。我们或多或少都有所体会，当我们咬牙坚持干一件事时，那件事总会干得不错的。这就是意志的无穷力量，也是常常令人目瞪口呆的神奇力量。

当汽车大王亨利·福特决心制造他那著名的 V8 型汽车时，他要求工程师们在一个引擎上铸造八个完整的汽缸。

“但是，”他那些目瞪口呆的工程师们一起说，“这是不可能的事啊！”

“尽管大胆地去做吧。”福特命令说：“不管花多长时间，你们都要

把这个任务完成。”

因为不愿失去这份工作，所以福特的工程师们别无选择，只好照着老板的命令去做。

六个月过去了，计划一无进展。这些工程师们心中共同的意念都是：“这是不可能的事，如果要做到，除非有奇迹。”

但福特所要的是结果，当他核查计划的进展时，工程师们向他抱怨无法完成任务。

“不管你们用什么方法，”福特不愠不火地说：“我就是需要这种车子，我一定要得到它。”

这帮无奈的工程师们只好发挥他们所有的潜力，进行更进一步的研究。这样竭尽全力地付出，使他们最终找到了制造这种 V8 型汽车的关键窍门。

这是福特一生许许多多“不可能完成的计划”中的一项而已。是什么令“不可能”的计划“奇迹”般地成功的？那就是亨利·福特强烈的意志！

消除不可能

永远也不要消极地认定什么事情是不可能的，首先你要认为你能，再去尝试、再尝试，最后你就会发现你的确能行。

对于一个想要有所成就、希望致富的人来说，没有事情是不可能的。

要把“不可能”从你的心中铲除掉。说话中不提它，想法中排除它，态度中去掉它，抛弃它，不再为它提供理由，不再为它寻找借口。把这一观念永远的抛弃，而用光辉灿烂的“可能”来替代它。

汤姆·邓普西就是将不可能变为可能的一个好例子。

汤姆·邓普西生下来的时候，只有半只脚和一只畸形的右手。然而，他的父母从来不让他因为自己的残疾而感到不安。结果是任何男孩能做的事他也能做。如童子军队行军 10 英里，汤姆也会同样走完 10

英里。

后来他要打橄榄球，他发现，他能把球打得比任何在一起玩的男孩子都远。他要人为他专门设计了一只鞋子，参加了打球测验，并且得到了冲锋队的一份合约。

但是教练却尽量婉转地告诉他，说他“不具有做职业橄榄球员的条件”，促请他去试试其他的事业。最后他申请加入了新奥尔良圣徒球队，并且请求给他一次机会。教练虽然心存怀疑，但是看到这个男孩这么自信，对他有了好感，因此就收了他。

两个星期之后，教练对他的好感更深了，因为他在一次友谊赛中踢出 55 码远。这种情形使他加入了圣徒队，而且在那一季中为他的球队踢得了 99 分。

那最伟大的时刻，球场上坐满了 6.6 万名球迷。球是在 28 码线上，比赛只剩下了几秒钟，球队把球推进到 45 码线上，或者根本就可以说没有时间了。“邓普西，进场踢球。”教练大声说。

当汤姆进场的时候，他知道他的队距离得分线有 55 码远，由巴第摩尔雄马队毕特·瑞奇踢出来的。

球传接得很好，邓普西一脚全力踢在球身上，球笔直地前进。但是踢得够远吗？6.6 万名球迷全都屏住了呼吸。

终于，站在终端得分线上的裁判举起了双手，表示得了 3 分，球在球门横杆之上几英寸的地方越过，邓普西的队以 19 比 17 获胜。

球迷们狂呼乱叫，为这踢得最远的一球而兴奋。大家都难以置信，这是只有半只脚和一只畸形的手的球员踢出来的！

“真是难以相信。”有人大叫着，但邓普西只是微笑。他想起了他的父母，他们一直告诉他的是他能做什么，而不是他不能做什么。而他之所以创造出这么了不起的成绩，正因为他所说的那样：“我不知道什么是我不可能做到的。”

四、对财富的渴求

一切财富的获得都来自于对它的渴求。对于出生于贫民窟的大多数人来说，他们对财富的渴求是强烈的，这一强烈的欲望时时驱使着他们努力拼搏，希望从此摆脱贫穷的阴影。

而这一强烈的欲望，也是大多数出身贫困的人为之奋斗的动力。正因为他们用恒久的努力打破了重重的围困，才在脱离了贫穷困苦的同时也脱离了平凡，造就了卓越与伟大。

满足对生活的欲望

对于生活在世界上的大多数人来说，都有一种更加美好的愿望。我们想要拥有更好、更快乐、更富有的生活，而且都相信自己一定可以得到。

一个人缺乏对美好生活的向往是很可怜的。我们身为穷人，这并不可耻。但如果看到别人有钱就心理不平衡，自己却从不付诸具体行动来实现自己的想往，改善自己的状况，这种人才是可耻的。

换句话说，穷人有两种：一种是没钱但也不想去获得钱的人；一种是只有一点点的钱却梦想赚大钱的人。

对于现代人来说，我们应该充分运用自己的智慧，付出辛勤的劳动，并尽享人生的美好感觉。这种享受既有精神方面的，也有物质方面的。也就是说，对于生活，我们应该有更多更高的要求。

传统的生活观念告诉我们，要节省开支，满足于自己的小小住房，开着那已经无法启动的旧汽车，冬天室内冷得要死，夏天热得汗流浃背也要忍耐。简单地说，也就是要我们忍受艰苦的生活，因为我们生存的空间、资源和金钱在日益减少。



有些人主张清心寡欲、所求甚少，因此他们也主张人生“不要如此累死累活”，如此拼命。于是他们整日悠闲自在，无所事事，让宝贵的生命在他们这种“所求甚少”的态度下悠然溜走。

幸运的是，我们很多人为了追求更高的生活标准，为了让自己和家人过上更加美好的生活而辛劳不已。他们决心以己所能，充分发挥自己的能力，不甘心忍受眼前的低水平生活而劳碌不已。

当然，他们最终也成功了，于是他们的境况立刻有了很大的改善，拥有了更多的财富，获得了更多更好的享受。

在这一过多强调物质财富的社会，你只有拥有了财富，才能获得更多的享受。因此，重点在于如何赚取更多的钱，而不是如何扼杀自己对生活的欲望。

进取心制造财富

每个人一旦到了知道金钱用途的年纪，就会开始希望有钱。然而，光是“希望”不能够带来财富，但是“进取心”会帮助你变得执著热切，并且开始着手计划网罗财富的确实手法，更能以绝不认输的毅力，实现着这些计划。

这种进取心终将带来财富。

艾丽亚是一家公司的行销策划人员，她看准了该公司视为失败的一项产品：白雪洗发液。

它是一种价格低廉，而且不含任何添加剂的洗发液。这种洗发液没有华丽的包装，但却能吸引讲究价格的消费者。于是她决定再次为“白雪”全力以赴并将它呈给管理阶层，并告诉他们“白雪”的价值所在。

管理层最终接受了她的提议，而“白雪”后来竟成为该公司销售最好的洗发液之一。

由于“白雪”的销售成功，艾丽亚成为该公司一家子公司的负责人。于是，她又研制了一系列新的护发产品，而这些产品最后也都成了

市场的宠儿。

如今，艾丽亚已成为布瑞尔通讯的执行副总裁，该集团所从事的正是市场行销服务。由于她不断地以她的个人进取心为公司引进更多更好的产品，所以她得到了今天的地位。

哈佛商业学校也颁给她“马克思和柯恩卓越零售奖学金”，而《美金和意识》杂志也称赞她为“前100名商业职业妇女”之一。

把进取心理提高一点儿

进取心是致富的动力，有时把进取心提高一点点，你的生活就会大为改观了。

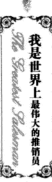
巴布尔是一位木匠学徒，当他被派去建造衣橱时，他的周薪只有40美元。当完成后，看到他的顾客因为他善于利用空间以及他的手工品质而感到高兴时，巴布尔想到了一个生意，他用从他第一批客户那儿赚到的工资，开了一家加州衣橱公司。

巴布尔就凭着当时深受欢迎的“将拥挤的衣橱，转变成能有效利用的空间”的要求，在十二年内就扩大成为全美拥有100多家加盟店的大企业，也引起其他衣橱制造业一窝蜂地跟进。而聪明的巴布尔“见好就收”，在1989年将他的公司以1200万美元的价格卖给了威廉斯·索塔马。

巴布尔若没有强烈致富的进取心，他就会像千百万个木匠一样终身都是木匠，过着平凡的生活。正是由于他拥有旺盛的进取心，从而他不为能作为一个木匠而满足，而是试着把渴望再提高一点儿，最终获得了远超过其他学徒梦想的成功。

我的朋友德尔也是如此。他出生在美国的休斯敦，他的父亲曾希望他成为一名医生，但德尔对医学一点儿也不感兴趣，反而对商业产生了浓厚的兴趣。

德尔对商业有着如此浓厚的兴趣，以至于他在12岁时，就通过邮



购目录销售邮票，赚了2000美元。高中时，他从各种渠道寻找到最可能的潜在客户，向他们推销《休斯敦邮报》，使平常无奇的卖报工作成了他赚钱的好差事。

我到现在还记得当德尔用他赚来的1.8万美元以现金方式支付一辆宝马车的全部车款时，车行老板那目瞪口呆的样子。

后来，德尔按照他父亲的愿望，在高中毕业后进了奥斯汀的得克萨斯大学学习生物。但他仍然醉心于计算机。

当时，他感到市场上对个人电脑的大量需求并未得到充分满足。零售商店的个人电脑售价过高，且销售人员对电脑不是一窍不通就是一知半解。针对这种情况，德尔想出了一条赚钱的好办法，通过电话订购向客户直接出售按客户要求组装的电脑。

于是，德尔说服一些零售商将剩余的电脑存货以成本价卖给他。接着，德尔在电脑杂志上刊登广告，以低于零售价15%的价格出售个人电脑。此后，订单如潮。

德尔在他的大学宿舍里组装电脑。当愤怒的室友将他的零件堆在门口不让他进门时，他知道他在学校的日子不会太长了。

大二的春天，德尔离开了校园，用自己的积蓄办了一间个人电脑公司。他向父母保证，如果他没有在三年内成功，他将在秋天重返校园。

第一年，公司销售收益为600万美元，此后便一直成为全国发展最快的公司之一。德尔成了家喻户晓的“旋风小子”。两年后，公司的销售收益猛涨到1.59亿美元。

如今，德尔公司的销售额突破了20亿美元，公司的股票也成了华尔街投资者最喜欢的高科技股之一。

我们为什么要在人生的海洋里奋勇向前呢？就是因为我们有所求，也许所求的内容不同。然而，无论你的人生目标是什么，它都是由进取心转化而来的。许多人成功都靠的是进取心的刺激，无欲则无为。

对同一个人来说，如果你的进取心强，则致富成功的概率就会增

加；而若你的进取心弱，则致富成功的可能性就会小得多。

寻找与你有同样渴求的人

前不久，美国蓝德调查公司经调查后认为，一个人失败的原因，90%是因为这个人周围的亲友、伙伴、同事和熟人都是一些失败和消极的人。

事实也确实如此。当我成为住宅建筑承包商时，我认识了比尔，他那积极向上的热情就深深地感染了我，好像我也变得自信了起来。

后来，当我走投无路成为推销员时，也是他的鼓励和建议让我在最困难的时刻能够支持下去。当然，还有一些和比尔一样的朋友在我身边支持我，并坚信我能成功。

几乎每一位成功的人士都需要良师益友，而只有有着同样目标和世界观的人才能进行真诚的交流。

如果你能找到与你有同样渴求并且已经成功的人士，那么你成功的脚步会迈得更快，这是我在与一位年轻的银行总裁共进午餐后的最大体会。

当我和这位年轻的银行家在约定的餐厅见面时，我真的很惊讶，因为我没有想到他是如此年轻。而当我坦率地向他提出这一点时，他也只是笑笑，并且说这种事每天都在发生，他很希望快点老，那样就不会再吓倒别人了。

这位年轻人才28岁，就已成为了一家银行的总裁。并且他没有任何亲戚或关系网在银行里帮助他，而是靠自己的努力得到这个职位的。

这引起了我极大的好奇，而我本来就是个好奇的人。我问道："朋友，很少有人年纪这么轻，就能在银行里升到这么高的位置。我对此很好奇，你介意告诉我你是如何做到的吗？"

"哦，当然不，"他说，"这需要花许多功夫。但真正的秘诀是：我有一位经验丰富的银行家朋友。在我大学毕业前，有一位退休的成功银

行家到班上致词，他当时已经 70 多岁了。他在临别时告诉大家，如果想与他成为朋友的人，可以打电话找他。听起来是不是他只是在说客套话，但他的建议却引起了我的兴趣。噢，我得承认，我迫切需要这样的朋友来激励和引导我。但我当时真的很紧张，毕竟他是个有钱而且杰出的人。但最后，对财富或说是成功的渴求占了上风，我终于鼓起勇气给他打了电话。”

此时，我完全被这个故事迷住了。看到我全神贯注地听他讲述，这位年轻的银行家很满意地继续回忆说：“坦白地说，我很惊讶。他非常友善，甚至邀请我与他见面谈谈。我去了，并且得到了许多建议满载而归。他给我讲了许多他以前的奋斗经历，告诉我选择在哪家银行做事，又告诉我如何将自己推荐给别人而获得一份工作。临走时他告诉我，如果我需要他，他还可以做我的指导老师。后来我们一直保持着非常好的关系，我每周打电话给他，而且我们每个月至少一起吃一顿午餐。他从来没有试着帮我解决问题，但是他的观念和思维却激发了我的成功欲望。并且我也了解到，要解决银行的问题，有哪些不同的方法，而这些方面都是经过时间和经验的沉淀才可以得出的。”

听到这里，我对这位新朋友说：“你是个聪明又幸运的人，我真的很高兴认识你。”年轻的银行家大笑起来，说道：“是的，我也这样认为。”

能有这样一位朋友在平常的交往中，用一言一行影响着你，用他丰富的阅历指导你，你又怎么会不成功呢？

无法停止奋斗的理由

成功起源于强烈的企盼，一种发自灵魂深处的强烈企盼。它孕育于痛苦地挣扎，是寻找自我，最终超越自我的一种结果。

你想要成功，就要有一种始终不渝的奋斗精神。这种奋斗精神的强弱正取决于你成功欲望的大小，你必须将欲望之火激发到白炽状态。

现在，拥有豪宅名车已不足为奇。我们不拥有并不可悲，但可悲的是我们不敢想往拥有。

人生最大的悲剧就在于成功欲望的消失。一个人一旦没有了生活的欲望，也就预示着他人生的浪漫剧降下了帷幕。

人人都应该有成功的欲望，并为之奋斗下去。没有成功的欲望，生命将会因停滞而枯竭。

然而，也有不少想着成功却没有强烈成功欲望的人，这在我多年的演讲和培训生活中遇到了许多，他们也曾试着去培养与激发自己的成功欲望，但最终并没有取得良好的效果。

这时，我给他们的建议是：寻找一个让你无法停止奋斗的理由。或是对财富的不满足，或是为了你的家人、你的爱人，就算是不想被人轻视这样简单的理由也行。

每天出去工作时，在心中或大声喊出你奋斗的理由，在当天的工作中以全力奋斗，这样持续下去，你会不知不觉地走上成功之路。

我就是最大的财富

在我的衣服上通常会佩戴一个金色的“1”，有人曾问过我是不是表示我是世界上最伟大的推销员，我说：“不是的。因为我是我生命中最伟大的！”

没有人会和我一样，我就是我自己最大的财富。就算没有指纹，也能从人群中识别我。我的声音与众不同，我的气息也区别于他人……

35岁时，我是个彻头彻尾的穷光蛋，甚至连妻子和孩子的吃喝都成了问题。我去卖汽车，是为了养家糊口。幸运的是，我发掘了自己这个最大的宝库，从此开始变得顺利起来。

我相信：“一切由我决定，一切由我控制，一切奇迹都要靠自己创造。”

一、发现自己的价值

我们每个人都有极大的价值，但真正认识到这一点的人却不多。我们认为自己的价值有多大，我们就会得到多少。

我从没有见过一个认为自己毫无价值，不相信自己的人能够获得成功。

我们每一个人都是无价之宝，没有发现这一宝藏的人都是现在仍在贫困线上挣扎的人。

我是最好的

我们每个人除了天生的缺陷，都能够学会走路、说话和其他一些基本的行为。大部分人对此都视为平常，没有人会为一个健康的小孩学会了走路而惊讶万分。

然而，你们有没有想过，为什么我们每个人在小时候都能这样轻而易举地完成同样的事情？

一般来说，小孩子在学会走路之前，平均要经历 240 次以上的失败，但还没有一个小孩子放弃过学习走路。大概是本能在告诉他："不要放弃，你一定会学会的。"

这里的情形是跌倒的小孩子自己爬了起来，还用他学到并储存于大脑之中的不断反复的信息，自动加以调整，以便纠正他脑子里形成的走路的形象。他学习、吸纳并成功地运用与生俱来的能力。不管跌倒多少次，他能学会走路的自我信念坚不可摧。

小孩子不会灰心丧气，遇到挫折时不会认为自己就是一个失败者。

然而，随着年龄的增长，我们对自身潜力的天生信念都不知不觉地萎缩了。我们总是被告知："你不能唱歌，你真笨，你是傻瓜，你以为你是谁？你永远不会成功。"

这些话语被储存于我们的潜意识中，腐蚀着我们天生的自我信念。我们不再强烈地想成为宇航员、芭蕾舞女明星、医生、富翁等我们曾经梦想的角色。

然而，恰恰是我们在外界影响下逐渐丧失的强烈自我信念是我们能否成功的关键因素。

所有成功的人都保持或找回了孩提时代那强烈的自我信念，他们之所以能做到，是因为他们相信自己。他们丝毫也不怀疑自己能实现目标，相信世界受他们的支配。

虽然这些人曾被批评为："自大、狂妄、不可理解"，但他们却靠着坚定不移的信念实现了他们的目标。

就像独木桥的另一边是美丽丰硕的果园，相信自己的人大胆地走过去采撷到自己的愿望，而不相信自己的人却在原地犹豫：我是否真的能够过得去？——而果实，都被大胆行动的人采走了。

相信自己的能力

人们有权利按照自己的眼光来评价我们；我们认为自己有多少价值，就不能期望别人把我们看得比这更重。

一旦我们踏入社会，人们就会从我们脸上，从我们的眼神中去判断，我们到底赋予了自己多高的价值。

如果他们发现我们对自己的评价都不高，他们又有什么理由要给自己添麻烦，来费心费力地研究我们的自我评价到底是不是偏低呢？

因此，真正相信我们能走向成功的人，只有我们自己。

许多人似乎都认为能力是天生的，自己在某一方面总是有天生的欠缺。然而实际上，大多数人的能力都是被后天所唤醒的。上帝是公平的，他给了我们同样的能力，只要你相信它的存在。

我的朋友格兰·透纳就是一个相信这与生俱来财富的人，他也因此获得了上帝的奖励。

三年前，他不但一文不名，还破了产。更不幸的是，他长了兔唇，说话不方便。但他最大的优势就在于能够在不断的尝试中发现他自己的能力。

他向我借了5000美元后，开了一家化妆品公司。“这是最可能赚大钱的一个行业，”他说。于是他在佛罗里达州的奥兰多市租了一间小办公室，取名为“柯西柯星际公司”。

由于透纳采取的生意手段出奇非常古板，因此他在成功的路上跌倒了无数次。但最终他还是建立了一个覆盖全美的商业王国，这一王国横跨 4 个州、9 个国家，雇佣了 20 万名员工。

透纳一个星期要发表 20 场演说，不是推销他的产品，就是推销他的哲学。

他不说枯燥无味的道德论，也不说统计数字，而只说些似乎很有道理的话，听起来有点像福音："手里没有抱着球跑的人，没有人会去绊倒他的"。"在成功的梯子上爬的时候，唯一的困难就是从最底下的人群当中挤出来"。"大多数人情愿多花点时间去安排他们的假期，而不愿多花点时间去计划他们的生活。"

透纳最高兴的是把一个人的潜在能力发挥出来。他认为人活着得经常洗脑，洗过脑子以后，你才能想得出你能够做些什么。

透纳说："我把钱当做一种工具，大家都崇拜金钱和权力，所以你必须先得到它们。假如你也和残疾人或穷人一样，你又有什么能力去帮助他们呢？假如一个人愿意相信自己，发现他不同的与生俱来的能力，他就可能会奋发起来。他的生活就会随着改变，他也许会马上买到一部凯迪拉克，也许会写出一部了不起的长篇巨著。"

正确地认识自己

现在，63 岁的老约翰显得很年轻、英俊，他不但是一个经历过数次探险和远征的老手，还是电影制片人、作家和演说家。

在谈到他的致富经验时，他说："因为在 15 岁时我已清楚地认识到自己阅历的贫乏。我那时的思想尚未成熟，但我具有和别人同样的潜力。我非常想做出一番事业来，于是进行了人生的规划。心中有了目标，我就会感到时刻都有事做。"

"我也知道周围的人往往都墨守成规，他们从不冒险，从不敢在任何一个方面向自己挑战。我决心不走这条老路。"

他的愿望对于一些人甚至对他周围的每一个人似乎都是不可能的事。当然，老约翰没有完成他所有的愿望，但他却相信他必定能完成其中的大部分。

我们身上的潜力是巨大的、无穷的，如果我们高估自己，那么经过努力，我们可以达到高估的标准；但如果我们低估了自己，那么我们就永远在低处徘徊。

我们可以得到我们心中所期盼的一切，我们自信可以掌握自己的命运。

我们每个人都是坚强与软弱、机会与限制的独特复合体。即使我们改变人生哲学，这点也不会发生什么变化。拒不承认这一事实，认为自己无所不能，这就如同在薄冰上行走一样危险。

如果你善待你自己，就不会认为自己是无所不能的了。由于你特有的本质、知识与情感组合，有些致富道路可能对你是畅通的，而有些则注定会让你失望。然而，这并不意味着只要生于贫民窟就该永远甘于贫穷，也不是说只要你身为一个女孩就命中注定要从事家务。

环境及文化条件不过是整幅人生图画的一部分，对你起激发作用并决定你个人价值信仰的内部力量是那些更为有力的因素。

如果拥有主动性、创造力、技能、信仰，你就可以克服令人难以置信的巨大障碍，甚至包括摆脱童年被欺侮的经历所带来的阴影。

但是，如果你喜欢独自工作，不适应在较大的群体中生活，那你热衷于掌管一个大公司是没有什么意义的。如果你长于行动，对富于挑战性的职业兴奋不已，那你可能就不会喜欢长时间生活在一座适于冥思苦想的乡村宅院里。

如果你迷恋一些不适合你真实个性的职位、想法，即使从表面上看你成功了，但你肯定会感受到自我与外部环境的冲突存在。

认定自己的独特之处

把自己与别人相比是毫无意义的，因为你根本就不知道别人在生活中的目标与动力，你也不具备别人那种独一无二的能力。

你应该这样想才对：别人有别人的才干，你也有你的才干。你也许会常常误以为才干就是音乐、艺术或智力方面的天赋。实际上并非如此。我们每个人都有一些奇妙的，而自己却一直忽视的才华，诸如激情、耐力、幽默、善解人意，等等，它们是有助于我们取得成功的强有力的工具。

要活出自己的人生，认清自己的价值，就不要老是拿自己与别人相比，因为这只会使你对自我形象、自信以及你取得成功的能力产生负面影响。

有些方面是我们无法改变的，比如身高、眼睛等等，但我们却可以改变对它们的看法，这是一种优良的品质。

人人都是独立的。如果你不相信这一点，那么你也就真的没有特别之处了。只有认清了自己的独特之处，你才能造就出你独一无二的形象。

如果你想成功，那你现在就用一个肯定性的问话来描绘你身上令你自豪的地方。这是标明你自我形象的第一步——不仅是现在的你，而且是想成就的你。

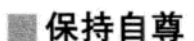
如果你有一个清晰的自我形象，那么你便不会被你所做的工作、所住的房子、所开的汽车或是所穿的衣服所限定，你并不是这些东西的总和。成功者相信的是他们自己，他们取得成功的潜力不依赖于地位或身份，而是依赖于他们自身对实现目标的信心。

无论你的背景有多么与众不同，通向财富的道路只能是你自己前行的道路。

不错，在你行走的道路上，会有你的朋友、亲人或同事，但是你不用指望他们会替你做这做那。没有任何人能够代替你前行，只有你自己！

因此，无论你从事的是什么职业，都必须靠自己的努力才能取得成就，通过发挥自己的才能实现目标。正如没人能替你减肥，没有人能给你一副健康的身体一样，这是你自己的职责。

当然，认定你的独特之处并不意味着你的与众不同，而是要确立你是谁，并选择你要成为的对象。只有这样，你才能发掘出你以前从不敢梦想的成功所具有的潜力。



保持自尊

假使你的自尊心过低，你的内心早就被这些幽暗思想所充斥了，就再没有容纳其他想法的余地了。以致有相当多的时间耗在消极的思想之上。

有些人一直搞不清楚自尊心低落与谦卑的差异。事实上，它们并不相同，甚至没有太亲近的关系。

一个人只有在肯定自己的价值之后，才会懂得谦卑。谦卑的人才有失去或贡献价值的机会；你无法贡献或失去原本就没有的东西。

自尊心低落的人是如此的脆弱，以至于任何事情——甚至是最微不足道的错误、侮辱或者麻烦都足以对其构成威胁。所以，你很难去承认你的错误，更别说去道歉了。此外，你也很难去服务他人。除非别无选择，因为服务别人也会对你脆如蛋壳的自尊心造成胁迫。

自尊心低落会使你认为自己一文不值，接着可能会导致你讨厌自己或是自我憎恨。然而，你要知道，贬损你自己，也就是在贬损你所爱的人。

因为你对自己的厌恶与扭曲，会影响到别人对你的态度。他们对你的好印象都是你自己努力获得的，当你认为自己毫无价值、有缺陷时，他们也会同样这样认为。

如果你是自尊心低落的人，现在该是你选择把注意力放在哪一面的时候了，是用半空的态度看人生，还是用半满的态度看人生？

假使你愿意用半空的角度来看待你的人生，你也可以义无反顾地去做，因为这是你自己的选择。但是千万不要动辄对事物的状况——也是你的状况——牢骚满腹，因为这是你自愿选择来看待自己的！

不管你对人生的看法如何，你要知道没有任何事物可以让你觉得自己不如别人。要是你有这种想法，也是你自己认定了的。只要你看得起自己，就没有任何人能看低你。

你所要记住的是你所选择看到的，也就是你会得到的。

把自己推销出去

既然我们如此优秀，为什么不把自己推销出去？

我就喜欢推销自己，一方面是职业习惯，另一方面是我认为自己真的很优秀。

我会把握每一个机会向别人散发名片，在各地留下我的味道和痕迹。我一直觉得不可思议的是，有的推销员回到家里，甚至连妻子都不知道他是卖什么的。

既然我们都是独一无二的，那就不用再躲藏了。应该让别人都知道你，知道你的目标和努力。

在生活中，我们每个人都是推销员。每天我们都在推销——不论我们的推销技术是否在行。

不管你是什么人，从事何种工作，无论你的愿望是什么，若要达到你的目的，就必须具备向别人进行自我推销的能力。

如果我们的工作跟别人有所接触的话，我们要不断地想办法使别人向我们购买和租赁，把理想的任务交给我们及相信我们的说法。

我们的私人生活中也牵涉到推销，虽然在亲密的关系中没有这种情形存在，但在社交行为中则随时存在。我们多数人都希望能被别人喜欢。

多数人都希望轻易地能找到工作，希望有身份的人找他们说话，希望肉店卖给他的肉不带肥的。生活就是一连串的推销。

无论推销什么，你第一件要做的，就是对你所推销的物品要尽可能地去了解。比如说，如果你要推销手套，你就得研究手套是如何以及由什么材料做成的，哪种手套适合哪种场合佩戴，每一种款式的手套各有什么利弊。

当我们推销自己时，我们也必须对自身的情况有所了解：我们是什么人？我们必须提供的是什么？我们的优点何在？缺点呢？别人对我们有什么反应？我们的目的何在？

这些探测性的问题，我们要尽量诚实地弄清楚，因为它是设立一个推销计划的基础。你可以问问与你亲近的人，让他们真诚地对你进行评价。

要记住，你要推销的第一对象，是你自己。你愈练习好像对自己越有信心，就愈能造成一种你很行的气氛。

你的态度全部反应在你的举手投足之间。一个自信的人，就会坐在整个椅面上，而不会只坐在边缘上。如果他是个高大的人，他就不会缩着脖子。

推销自己远超过你要推出的任何产品或观念。你必须有办法直直地盯着对方的眼睛，使他深信你是个可靠的人。

在推销我们自己时，我们的外表非常重要，而且永远不可忽视。因为除非是最亲近的人能看到你的内在，大多数人都还是以外表来判断一个人的。

许多调查显示，体形高大健壮的人，几乎总是变成国际电信电话公司的总裁。这并不是说如果你是个矮胖的人，就应该被送到一个荒岛上去。

大家都喜欢看到漂亮整洁的人，你我都是如此。因此对你的外表，确实要注意，充分利用你的优点。

上高级理发店，减肥 10 磅，把西装烫一烫——尽一切办法，也要变成一个令别人喜欢的那种人。因为这样当你和其他人站在一起时，他们会乐于与你说话，从而为你提供各种机会。

我们在推销产品时，总会尽可能多地找出产品的卖点，在生活中推销自己也应如此。例如，在找工作的时候，要尽可能地把你成功的例子呈现出来。

对一位艺术家或作家来说，这种过程是传统性的；但对其他人来说，这同时可以被有效地反映出你如何解决一个特殊的问题。如果你曾帮忙创造了一项产品，你应该拿出照片来，加上一行简短的文字，说明该产品优于其他产品的特点。常常，一种视觉上的印象会比单是文字的

说明更具有深刻而长久的效果。

由此可见，学习推销你自己的必要课程是，有办法看出你自己的错误和缺点而改正它们。当你推销自己时，要让别人能接受你，就要让别人看到你诚实、真挚的一面。你必须使别人相信，你有一种特殊的东西，是他们所需要的。

信心是很重要的

要记住，信心是很重要的因素。当你在推销自己时，决不要表现出害怕畏缩的样子。

就算你没有被雇佣，还有别的工作等着你。但可能的话，要看起来很有信心。你要认为你有资格担任那项职务，如果你被雇佣的话，你认为你会做得很好。

此外，当你在推销自己时，别担心做错事，但总是要从错误中得到教训。

推销自己，类似参照一本详细的食谱去准备一道菜。正当你认为每一步都确实照做了后，你发觉必须回到第一页，做最后的加油添醋，这才是成败的关键。没有注意每一个细节的话，你可能只有一个中上的产品，但永远不可能再做改进。

此外，在推销自己的时候，要经常修改推销方式。你不再是五年前的你，也不会是五年后的你。因为你所接触的人也是在不断改变的。

如果你对自己有信心，事实和信心将是你最大的资产。这是推销自己时应该记住的最基本的一点，但也许是最难以发觉的一点。

如果你还没有学会推销自己，现在就是你开始的时刻了。

二、价值连城的目标

成功的推销员永远有绝对的目标导向，他们有着非常明确的目标，非常详细地规划他们的行动，他们会把目标做成详细的计划。

没有目标，推销员就无法找到客户，无法完成既定的任务。其实，不只推销员们应该有目标，任何一个想要成功的人都应有自己明确的目标。

每个人的潜意识中都有一种如同导弹一般的自动导航系统的功能，所以一旦你设定了明确的目标，并且让你的潜意识明确接受了你的目标，那么你的潜意识就会做出反应，让你不知不觉中趋向于这个目标，去帮助你完成它。

你的人生目标

"你准备以什么样的方式度过一生？"你问过自己这个问题吗？你曾经坐下来认真思考这个问题，直到做出诚实的回答吗？如果你从未想过这个问题，你对未来的迷惘就不足为奇了。

我们每个人都想成功，成为多才多艺、受人尊敬的人；我们想以自己的成就博得人们的赞赏，但别的事情却占去了大多数时间，使我们把最重要的事——坐下来想想自己究竟要的是什么——都忘记了。

花点时间将你的理想、希望和目标依次做一番整理，会使你离成功更近一些。

为自己定位是第一步：你目前的职业、地位如何？你满意吗？你可以对自己做一下评估：

影响你工作的弱点和长处是哪些？你有信心逐步去除你的弱点吗？

到目前为止，你对自己的职业满意吗？什么是你想立刻改变的？

在工作中，你的能力和技巧有所提高吗？你是否觉得自己有进步？

你的能力极限何在？你了解自己的能力吗？还是认为自己根本没有发挥出来？

如果从这些问题中，你能勾勒出一个清晰的目标，那你就要把这些目标图像时刻牢记在心中。唯有如此，你才能取得成功。

瞄准财富目标

如果你要把握财富，首先必须确定你的财富目标。这个目标一定是你的热烈渴望，真正如实地想要去拥有，而你绝对相信是可以达到的。

方向和目标的唯一差别在于：方向定义的范围较宽广，而目标定义的则比较具体。一旦定义了目标，便可以着手检查实现目标的方法。这是探索财富的过程中，必须经历的两个阶段。

因此，空泛地说，“我要赚很多的钱”是没有用的，你必须确定你追求成功的具体标准。

如果你的财富目标是：“我要成为大富翁”、“我要赚很多的钱”、“我要拥有全世界”……那么我可以肯定你获得财富的可能性极低。因为你的目标太抽象、太空泛了，就像一个推销员说“我今天要拜访许多客户”那样毫无用处。

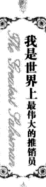
什么是大富翁？10 万？1000万？还是更多的财富？拥有全世界是什么定义？是拥有洋楼或宝石，还是山河石头？

这种无法量化的目标很难实现，因此，请你把你的财富目标写下来，然后看看它们：是否具体？是否清晰？是否详细？

最重要的是，这个目标是否有一半的成功机会。如果连一半的成功机会都没有的话，请暂时把目标降低，务求它有一半成功的机会，在日后当它成功后再来调高。

要完成整个目标，就要定下期限，并按时把它完成。你要完成过程中的每一个步骤，而完成每一个步骤都要定下期限。

举个例子说明，很多推销员本来都有指标期限，他们自己又懂得预先订下截止日期；但可惜的是，他们自己定下的截止日期其实是个无限



期。往往期限到了而又达不到指标，他们便把日期延后，再延后，最后就成为无限期。这就是他们无法成为顶级推销员的原因。

很多时候，只有经历过失败并接受教训的人才明白什么是时间性，什么是截止期限。若能明白到期限就是事件的终结，不可能再拖下去了，这就是成功。

飞机起飞后，90%都脱离指定航线飞行，需通过导航仪器不断把飞机纳入航道；远行船只也是大部分时间被海浪潮汐抛离航道而需要导航仪等把船纳入正轨。

导航仪其实就是一个方向仪器。同样，在我们向目标前进的道路上，也需要一个导向仪。需要它指出我们现在的位置，把我们从不固定的经常移动的位置纳入正轨，朝目标前进。

如果你有一个只有一半机会完成的目标，等于有一半的机会失败，其中必然遇到无数的障碍困难和痛苦，使你远离或脱离目标路线。所以你必须确实了解你的目标，必须预料你在达到标的过程中会遇到什么困难，然后逐一把它详尽地记录下来，加以分析。

人生之所以常遇障碍，是因为资源有限，资本有限，人力有限，学位有限等。所以，如果你能够充分地利用资源，依仗实力毅力勇往直前，就一定不会中途改变方向，偏离航线。

不要错过挣钱的高峰期

假如你是一个年龄在35～55岁之间的人，你已经处在你挣钱的高峰年龄了。假如你喜欢你的工作，并且挣到了你所希望的数目，那么你是幸运的。

我就是个幸运的人，在我35岁时找到了我喜欢的工作，并且在我精力充沛的时候实现了我的梦想。所以，我们每个人都要珍惜这段黄金时期。

假如你不喜欢自己的工作，并且没有如愿地挣到那么多的钱，那么，调换到能够满足你需要的地方，还为时不晚。

无论你一直在做什么，总有可能把你过去的许多经验与你喜欢干的新工作联系起来。

主要的问题在于随着我们年纪的增大，责任的增多，我们会变得越来越保守，越来越不喜欢任何变化。

当然，小心从事，三思而后行，这是完全正确的。假如有必要，逐渐地将你目前工作的重点转移到你选择的工作上，业余时间为新工作做好准备，以便你在改变处境时不会受到经济损失。

但是，如果你成了消极考虑的牺牲者，认为既然你已经工作了这么多年，所以你必须不断地在你不喜欢的工作上继续干下去，你就犯了一个悲剧性的错误。

规划要长远

没有长期的致富规划，你可能会被短期的种种挫折所击倒。理由很简单，没人能像你一样关心你的成功。

你可能偶尔觉得有人阻碍你的致富道路，但实际上阻碍你进步最大的障碍就是你自己。其他人可能使你暂时停止，而你是唯一永远做下去的人。

如果你没有长期的致富目标，暂时的阻碍可能会成为无法避免的挫折。家庭问题、疾病、车祸及其他你无法控制的种种情况，都可能会变成重大的阻碍。

当你设定了长期致富的目标后，开始时不要妄想就能克服所有的阻碍。如果所有的困难一开始就除得一干二净，便没有人愿意尝试有意义的事情了。

成功人士并非天生异禀，只不过和你、我一样，是平凡的人。他们与你之间唯一的差别，就在于他们即使到了 60 岁，也会做 120 岁的人生规划。即使在这以后的几十年中，他们没有完成自己的规划，但是他们这种有条不紊的生活还是会让他们受益匪浅。

克里蒙·史东是现今世界闻名的 PMA 先生。他年幼丧父，但幸运

的是他有一位非常杰出的母亲。

母亲在他年幼的时候便告诉他不论做什么事情都要规划其长远目标，要有再做六十年规划的能力与决心。

当克里蒙·史东开始要制订及规划人生目标时，进行了非常谨慎细心地选择，于是他变成了如今世界上最受尊敬最富有的对人生最有把握的人。他对自己早年的生活不但未多抱怨，反倒充满了自信及热忱。

他非常谨慎小心地设定他的人生目标，而他也如愿地达成了目标。如今，史东先生在83岁高龄时仍然在工作着。

目标与呼吸同样重要

所有活在这个世界上的人都渴望自由地呼吸，你对实现目标的渴求也必须和落水的人对空气的渴求一样强烈。

你对目标的渴望有多强？如果你只想浅尝辄止或只想朝前走几步看看会有什么事情发生的话，那你就别费心了，因为这样没用。

为什么不实现这个目标呢？它会给你带来哪些好处呢？你得了解这些好处是什么，因为它们会激励你去夺取成功，帮你度过难熬的时光。

在开始为个人目标而奋斗时，别和任何可能会向你泼凉水的人一起干。向你泼凉水的人也许会降低你的雄心。更糟的是，他们会彻底摧毁你的梦想。

这些人这样做的理由很多，但最常见的是他们害怕被甩在后面。他们也许对你潜在的成功感到嫉妒，因为那只会突出他们的失败。所以别带着你的目标和任何人一起奋斗，除非他支持你、鼓励你，分享你的梦想，期待你的梦想的实现。

不仅要在脑子里制定目标，而且还要将它记在心里。那些只存在脑子里，没有感情助力的目标，只会比希望稍微好一点。一旦你分心或周围的环境发生一点变化，它们就会萎缩。

要得到真正的成功，得有不达目的不罢休的劲头，这种劲头要非常强，能充满你的头脑和内心。如果是这样，你就会既有热情、又有目

的，没有任何别的东西能超过这些优点。

最关键的一步

目标的制定是很容易的，但能否实现就是关键的问题了。许多人曾有这样的经历：在开始制定目标时热血澎湃，但过了几十天后就毫无斗志，更不用说取得成功的那种自信了，全都荡然无存了。

目标制定后，最关键的一步就是立刻付诸行动，朝着实现目标的方向付出实际行动。

假若你个人培养的目标是在一周之内练好爵士舞的话，那么就“先把手指动起来”，你可以现在就找电话簿寻找培训班，立刻计划出学习的内容与具体时间。

假若你的爱好与兴趣目标是在一年之中买一辆奔驰汽车，那么立刻去找代理商要份与奔驰汽车有关的资料，或者马上亲自去了解一番。这不表示你会立刻购买，只是在你知道了它的价值与功能之后，会增加你购买的信心。

假若你的事业经济目标是在一年之中收入 10 万元，那么今天就制定出你所要采取的方法。你可以向哪个已谋取这么多钱的人讨论可行性？你是否需要谋取第二份工作？你是否该节省，把剩余的钱做再投资？你是否要独创事业？

请注意，假若你没有持续的目的，那么以前的目标从长远来看也并非十全十美。许多人都拥有一个值得活下去的目标，这不会使他内心深感空虚，人生没有意义。

一个人一旦取得了自己所期待的目标后，要想保持原先的热情与冲动，就必须再制订出让他心动的目标，这样便可以使他原来取得成功的快乐，不落痕迹地投入到另一个新的目标，让他继续激励自己。

没有成长的动力，人生就会停滞。人的老化并非开始于肉体，而是从精神上开始的。

最佳行动时间

现在我们已经准备开始行动了，那么踏上征途的最佳时间是什么呢？就是现在、此刻，我们要毫不迟疑地踏上征途。

如果犹豫的话，也许事情就会搁置几个星期、几个月，甚至永远。然后，结局就像那些老人们一样，为当年没有向爱人表白，或换工作，或试着自己创业而懊悔不已。

你的机会就是现在。如果愿意的话，每一天都可以是崭新的开始，所以别找理由了。别说你会节食，会戒烟，会在近期向银行贷款，现在就去做！

在新年下决心是最糟糕的决定。或许你已经注意到了，如果你习惯性地在 1 月 1 日下决心的话，不管决心是什么，你都很难实现它。

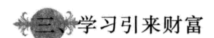
你在生活或事业里有特别的一面，你希望它们与众不同吗？那么从现在开始吧。

如果不是马上采取行动，至少也要做好心理准备，为将来要发生的变化打好基础。如果没有勇气离开海岸，你永远不会发现新的大陆。

在你实现目标的过程中，随着不断取得的小小成绩，你的自我评价在增加，旅途将变得更有意思，整个过程也更激动人心，你会变得更有热情、更自信、更快乐。但如果你从不行动，也就永远无法获得这些感受。

外部效应会和内部效应一样显著：你将发现人们注意到了你的这种新信心，这种内在财富来自于你清楚地知道自己的目标。

所以，今天就开始吧。告诉自己减掉多余的体重，或为升职而努力，重塑你的价值，缓和你和老板的关系。因为二十年或三十年后回首时，你不可能再次拥有这个机会。



三、学习引来财富

要想获得成功，实现自己的梦想，仅靠热情和愿望是盲目的。我们的手中必须握有一定的知识和技能，才有足够的信心去解决各种问题。

一个无知的推销员是不可能成功的，他必须学习并掌握有关产品、销售技巧和社会、经济、文化等各方面的知识和信息。

为此，在推销这一行业中，出类拔萃者无一不是拥有广博学识的人。真正的推销员永远都不会认为他已掌握了所有应学的知识。

我想，不仅推销行业如此，其他各行各业中也应如此。我们可以没有学历，但我们不能没有知识。之所以有无数低学历的成功人士，并不是他们不尊重知识，而只是换了一个地方，在“社会”这所大学校中学到了比别人更多的知识。

知识就是财富

对我们每个人来说，知识和技能是我们唯一不会被人剥夺的宝贵财富。

洛克菲勒曾经说过：“如果把我身上的衣服全部都剥光，一个子儿都不剩，然后把我扔到大沙漠去。这时只要有一支商队经过，那我又会成为亿万富翁。”

有许多人都对这段话表示出怀疑，认为洛克菲勒太狂妄，但我相信它，因为我就是从身无分文奋斗到如今的成就的。

我们都深知，我们在成长道路上所积累的知识和经验，足以让我们从“一文不剩”到“亿万富翁”。因为我们都深知学习的重要性，知道我们自身所拥有的这种财富。

人不是靠他生下来就拥有一切的，而是靠他从学习中得到的一切来

造就自己。

无数事实说明，具有丰富知识经验的人，比只有一种知识和经验的人更容易产生新的联想和独到的见解。宽广的知识面对我们的工作有极大的促进作用，不仅在工作时更加得心应手，还可以增强我们的个人魅力。

向成功的人学习

不停地学习才能不断地进步。如果看到一个优秀的人，就要挖掘他优秀的品质，移植到你自己身上。

你当然可以花十年、二十年，甚至穷尽毕生的精力和时间，自己慢慢地摸索成功之道，但那毕竟不是最好的方法。多学习别人的成功经验和优秀品质，会减少你自己的弯路。

向成功的人学习他们成功的方法，因为这些方法是经过实践检验的，行得通的、可操作的。同时，你在学习他们的过程中，必然要直接或间接地与他们为伍，可以受到他们的世界观、思维方法的影响而积极上进。

任何一位成功者，必然会在某一方面高人一筹，出类拔萃。只要你能将他的经验分毫不差地学会并加以应用，也能够做出和他相似的成就。

在你自己前进的道路中，你必须通过模仿、学习、调适、创新这一过程，来形成你自己做事的风格。如果你肯努力，你会青出于蓝，超越你所学习的对象。

各行各业都有模仿的对象。无论在天涯海角，都要找到值得你学习的对象。以开放的心情和请教的态度向这些老师学习。

永远不要断言你已经找到了最好的老师，或是自以为出类拔萃；换句话说，要不断地寻求更好的方式。

向认识的每个人学习

我之所以能有今天的成就，单靠自己的力量是办不到的，而是得力于我广泛的人际关系。我的朋友很多，包括教育界、商业界、娱乐界，甚至连无业游民都有。我向他们每一个人学习，学习我以前不曾接触的知识和技能。他们也是我拥有的一笔财富。

不管哪种人，都有优缺点，而且人生的际遇都各不相同。说不定平时你认为最没用、最瞧不起的人，有一天也会教给你终生受用的东西。

所以，不管是哪一种人都要交往。在交往之初，先不要存有利用人家的念头，这样无形中你会交到很多好朋友。

因为每个人的立场、环境、想法、经验都不同，所以，应该多和别人接触，拓宽自己的视野，并从中学习。

然而，并不是任何人都是全能的，你必须视专长而撷取。

你的妻子会是你的忠实伴侣，但是你想从她身上得到有关投资问题的指导，那你恐怕会失望了；你的丈夫或许是个成功的商人，但是如果你买帽子去请教于他，或许也就找错人了。

不能拿各种各样的问题去请教同一个人。事实上，一个人对于各种事情都专长是不可能的。有哪方面的问题，就应该向那方面的专家请教。

向乐观的人学习

除了学习各种方法与技巧外，我们还要学习精神上的财富，也就是乐观积极的态度。

表面上看起来，乐观主义与悲观主义在本质上是相同的，而且两者正好具备了相反的优点与缺点。

乐观的人在行动上比较积极，但往往低估了实际上的困难，所以有时候会在危险的路上碰到意外。相反，悲观的人过于慎重，容易错失



良机。

然而实际上，乐观主义与悲观主义不仅对未来的看法截然不同，对自己与他人也采取不同的态度。

对悲观的人谈起任何计划，他马上就会提出一连串有关这个计划的麻烦与障碍。而且他还会告诉你，即使圆满达成目的，最后也只会尝到苦涩、失败和屈辱。经他这么一说，常常会使人打退堂鼓，原本充满希望的致富计划也马上变得软弱无力了。

我们每个人都有与生俱来的惰性，如果长期与悲观的人交往，我们就什么也改变不了了，哪怕是起床、用餐，以及度周末的方式。

相比之下，乐观的人显得更有奋发力。他们关心别人，让别人畅所欲言，并且相信每个人都有优点并能够了解它们。

此外，乐观者能更好地克服困难，因为他们会积极寻找新的解决方法，在很短的时间内把不利条件转化成有利的条件。

事实也是如此。其实在很多情况下，只需要一点想象力，情况就会完全改观。

关注学习时机

你真正感到需要学习的时机是什么时候，是你失业了或者是面对新的工作挑战了，还是当你失败之后。

大部分的人，事先都有许多征兆显示他们已经出了问题，然而即使有少部分人已略微察觉这些现象，也不会太留意。

在适者生存的法则下，我们必须不断地学习，不断地更新知识，及时地做出各种修正。而不是无所察觉地继续呆在自以为安全的地方。

如果你把一只青蛙放进沸水中，它会立刻试着跳出来。但是如果你把青蛙放进温水中，不去惊吓它，它将呆着不动。

现在，如果你慢慢加温，当温度从华氏 70 度升到 80 度，青蛙仍显得若无其事，甚至自得其乐。可悲的是，当温度慢慢上升时，青蛙将变

得愈来愈虚弱，最后无法动弹，直到被煮熟。

为什么会这样？因为青蛙内部感应生存威胁的器官，只能感应出环境中激烈的变化，而不是相对缓慢、渐进的变化。

许多人之所以失败的原因，也就在于对缓慢而来的致命威胁无所察觉。人们习惯于依靠固有的东西，而不想着去改变。

要学会看出缓慢、渐进的过程，放慢我们认知变化的步调，注意那些细微及不太寻常的变化。

假如你坐下来仔细观看周围，最初你不会看到有太多事情发生。然而，如果你看的时间够长，你将发现生物世界原来是动态和美丽的。花的开放是渐进缓慢的，如果哪一天你推开窗户，一阵沁人心脾的花香扑面而来，一朵朵妩媚的鲜花映入眼帘时，不要以为它们只是在你推开窗户时才绽放的。

我们的头脑习惯于感知较大的危险，而很难察觉较慢的威胁。因此，我们要学会放慢速度，察觉构成最大威胁的渐进过程，否则无法避免被“煮”的命运。

培养自己的独到眼光

既然世界上没有生活经历一模一样的人，必然也就注定了成功的道路也不会是完全一样的。

因此，在学习别人的各种成功经验的同时，要学会吸收与创造。单纯的模仿而不去考虑自己的条件，是永远不会成功的。就算他能成功，也是个一流的模仿者。

独到的眼光有双重含义，一是你能在同一事物上看到与众不同的意义，二是你能注意别人没有注意到的事物。这两种含义中，只要你能拥有其中的一种，都能令你大获其利。

实际上，每个人都有自己独到的眼光，而我们真正所缺乏的，只是维护这种眼光的自信。

你很可能就是那种具有独到眼光的人，你经常会发现一些别人不能发现的东西。可是，当你收回目光看到左右似乎没有什么反应的其他人时，你就不敢相信自己的发现了。你安慰自己，也许是你自己看错了，或者认为这是谁都知道的事实，不值得大惊小怪，于是你心安理得地让机会从你眼前溜走了。

你千万不能成为附和者和盲目的崇拜者。把自信建立在仔细观察和思考上，如果那是事实，即使全世界只有你一个人看到，你也应当相信自己。

用自己的眼睛看世界，不要用别人的眼睛看世界。上帝给了我们一双眼睛，一颗心灵，不是让我们拿来作为装饰的！

保持好奇心

许多人都有这样的感受，发现小孩子常常问一些我们看起来理所当然，但却又无法完全解答的问题。比如：

“为什么黑人的皮肤是黑色的?”

“为什么其他的鸟会飞，而鸵鸟不会?”

“为什么我们看得见月亮时就看不见太阳?”

……

每当这时候，也许你会想：“为什么小孩子有这么多问题要问，而我却没有什么问题?”

答案很简单，因为小孩子的好奇心比你强，眼光比你独到。

好奇心是学习的最佳动力。在我们小时候，由于对太多事情好奇，所以学到了各种各样的东西。而当我们成年后，或是因为自认为无所不知，或是怕别人嘲笑，我们把好奇心渐渐地扼杀了，也因此待在一个地方停滞不前了。

失去好奇心，并不是成熟的象征，反而是你失败的前兆。当你满足于现有的东西，对任何事都不再好奇时，也就是你被淘汰的时候了。

只有不断的好奇，才会不断地学习，也才会掌握你得不到的东西。

四、抵抗自身的弱点

我们并非十全十美的人，这是大家都公认的事实。

从性格上看，总会有这样或那样的缺陷与不足。也许你从未意识到，但它们很可能就是你成功致富道路上的障碍。

懒惰使人畏缩

有两句充满智慧的俗语说得好：一句是“趁热打铁”；另一句是“趁阳光灿烂的时候晒干草”。

这世上有98%不能成功的人，其最大的缺点就在于懒惰上。懒惰会造成畏缩，畏缩会导致进取心及自信心的丧失。一个人缺乏这些基本的优点，终其一生都要在不稳定中生活，就如同一片枯叶随风飘荡。

许多人能够在这个世界上功成名就，主要就是他们在生命初期就被迫为生存而奋斗。许多人都贪恋舒适的生活，而恰恰是“舒适”的生活拖住了他们前进的脚步。

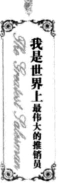
在这个世界上，没有比被迫劳动更悲哀的事了。然而，辛勤地工作，以及强迫自己做最好的表现，能使你培养出节俭、自制、坚强的意志力、知足常乐等美德，这些都是懒惰的人永远得不到的。

很少有人注意到自己通常在什么时候比较懒散倦怠。有的人是在晚饭后，有的人是午饭后，还有的在晚上七点钟以后就什么都不想干了。

每个人一天的生活中往往都有一个关键时刻，如果这一天不想白过的话，这个时刻就一定不要浪费。

嫉妒下的阴影

嫉妒是一种很可怕的弱点，因为嫉妒使人心中充满恶意、伤害。



如果一个人在生活中产生了嫉妒情绪，那么他就从此生活在阴暗的角落里，不能在阳光下光明磊落地说和做，而是面对别人的成功或优势咬牙切齿，恨得心痛。

有嫉妒心的人，首先伤害的是他自己，因为他没有发现自己的优势和能力，而是把时间、精力都用在了嫉妒别人的成功上。

同时，嫉妒也会使人变得消沉，或是充满仇恨。如果一个人心中变得消沉或是充满仇恨，那么他距离成功也就越来越遥远了。

通常嫉妒别人的人都是丧失自信的人，他们不相信自己能够取得同样的成功，或是他们自认为达不到别人成功的程度，为此他们丧失了判断事物的能力。如此恶性循环，就算是原本成功的人也会走向失败的。

拒绝自卑

虽然我不能理解有人会自卑这一现象，但自卑的人却很多。他们总认为自己事事不如人，自惭形秽，丧失信心，进而不思进取。

我是独一无二的！你也是如此，这也是你独特的标志，也是你值得骄傲的地方。

不管我们的外表如何，或是从事什么样的工作，我们每一个人都和其他任何人具有相同的价值。

假如我们自比为泥块，那我们将真的会成为被人践踏的泥块。如果你在言谈举止之间都表现出自己很卑微渺小，而处处显得不信任自己，不尊重自己，那你就不要抱怨别人。因为他们会同样的轻视你，不尊重你。

为什么我们敬畏大海的力量与壮阔，敬畏宇宙的广阔无际、鲜花的美艳、落月……而却轻视我们自己？

接受我们目前的这种样子——我们是有价值的、随时都在改变的、并不完美的、成长中的个人。同时要知道，虽然我们的生理和心理并不是生就平等的，但我们却拥有相等的权利。我们可以根据自己的精神标

准，去感觉自己是很优秀的。

我们都是杰出的，你必须随时记住这一点。因为我们必须先爱自己，才能把爱带给别人。

减少愤怒

愤怒是我们最常见的情绪，而且容易导致争吵。

在许多场合，因为不可抑制的愤怒，使人失去了解决问题和冲突的良好机会。而且，一时冲动的愤怒，可能意味着事过之后付出高昂的弥补代价。

在实际生活中，愤怒导致的损失往往是无法弥补的。你可能从此失去一个好朋友，失去一批客户；也可能从此在老板眼中的形象受到损害，其他人也从此开始对你的合作产生疑虑。

永远避免与别人产生冲突，尤其是和你的客户。无论你们争辩什么，你是得不到任何好处的。

为什么？

如果你的胜利使对方的论点被攻击得千疮百孔，证明他一无是处，那又怎么样？你会觉得洋洋自得。但他呢？你使他自惭，你伤了他的自尊，他还会喜欢你吗？

要知道，损害他人的物质利益也许并不是太严重的问题；但损害他人的感情和自尊却无异于自绝后路，自挖陷阱。

如果你心中的梦想是渴求成功，那么，愤怒是一个不受欢迎的敌人，应该彻底把它从你的生活中赶走。

任何决心有所成就的人，决不肯在私人争执上耗费时间。因为争执的后果是不值得的，这些后果包括发脾气、失去自制。

拖延的陷阱

有人问我："你怎么能在短短三年的时间取得这么大的成就呢？"

“如果我想要做什么事情，我马上就去做。”这就是全部的答案。

如果一个人没有趁着热情高昂的时候采取果断的行动，以后他就再也没有实现这些愿望的可能了。所有的希望都会消磨，都会淹没在日常生活的琐碎忙碌中，或者会在懒散消沉中流逝。

与其费尽心思地把今天可以完成的任务千方百计地拖到明天，还不如用这些精力把工作做完。任务拖得越后就越难以完成，做事的态度就越是勉强。

做事情就像春天播种一样，如果没有在适当的季节行动，以后就没有合适的时机了。

无论夏天有多长，也无法使春天被耽搁的事情得以完成。

恪守时间就是工作的灵魂和精髓所在，同时也表现了明智与信用。

在著名商人阿蒙斯·劳伦斯从事商业生涯的最初七年里，他从不允许任何一张单据到星期天还没有处理。

有些人总是手忙脚乱地完成工作，他们总是急匆匆的样子，给你的印象就好像他们总是在赶一辆马上就要启动的火车。他们没有掌握适当的做事方法，所以很难会有什么大的成就。

商业界的人士都懂得，商业活动中某些重大时刻会决定以后几年的业务发展状况。如果你到银行晚了几个小时，票据就可能被拒收，而你借贷的信用就会荡然无存。

办事一贯准时，从不拖延的好习惯，往往是积累成功资本的第一步。有了这第一步，成功自然就是水到渠成了。

做事情从不拖延也是使人信任的前提，会给人带来美好的名声。它向别人表明，我们的生活和工作是按部就班、有条不紊的，使别人可以相信我们能出色地完成手中的事情。

遵守时间的人一般都不会失信或违约，都是可靠和值得信赖的。

忘掉自满

越谦虚的人，越能赚到钱。

拥有客气的态度，对于生意人来说具有特别的意义，也就是所谓的和气生财。

当我的推销事业蒸蒸日上时，在每天晚上睡觉前，我总会拍拍自己的额角说："如今你的成就还是微乎其微。以后的路途上还有很多险阻，若不小心，就会前功尽弃。所以不要觉得自满，别让它搅昏你的脑袋，当心！当心！"

每次我这样做后，在第二天推销时我就会保持谦虚的态度对待客户，就会让客户喜欢上我，进而相信我和我的产品。

我们都会喜欢态度谦逊的人。当我们看到愈是谦逊的人，我们会不自觉地找出他的优点来赞赏；而愈是自认为了不起，孤傲自大的人，即使他有所成就，我们却反而喜欢找出他的缺点，加以全力攻击。

财富就像流水一样，由高处往低处流。愈到下游，覆盖的面积也就愈大，土地也愈肥沃。

而获取财富的情形也是如此。采取低姿态、谦虚、满怀感激之心的人，财富也会向他顺流而去。

愈是有涵养、稳重的人，态度愈谦虚；而愈是毫无内涵、轻薄的小人，态度愈骄傲。

你注意观察后就会发现，越是成功的人，态度会越谦虚，他们的事业也就做得越大。

不要浪费

"勿以善小而不为"。节俭也是一样，不论大小。

越是富有的人，越不会铺张浪费，挥金如土；而没有钱的人则往往喜欢打肿脸充胖子来摆阔气。



就以旅行为例，真正的大富翁每次全家出外旅行时，穿的都是轻便的牛仔装，球鞋。他们并没有为此感到寒酸或丢人现眼。

事实上，越是有钱的人，往往不在乎使用廉价物品；而没有钱的人却怕在生活中使用廉价物品会降低了他们的身份。

一旦事业开始，有节俭习惯的人其成功机会较才华相同者要多得多。因为习惯节俭的人，他知道只有减少开支和成本才有赚钱的机会。

在如今高度竞争的社会，即使在小的方面去节俭，聚少成多，也是很可观的，甚至会造成赚钱和赔钱的区别。

除此之外，对一个有节俭习惯的人而言，他似乎永远有一笔积蓄，以防不时之需。必要时可使他渡过难关，或使他有扩张和改进的机会，而不必去借钱。

聪明的人都知道，能做到“准时和节俭”，对自己有很大的帮助。在生活中，如果你能经常准时，节俭，直到成为你的第二天性，你就会在事业上，收到由这些习惯为你带来的利益。

给心情放假

虽然成功需要拼搏与努力，但同时也需要有无穷的精力和耐力。如果你长期处于疲劳的状态，也会影响你成功的步伐。

为什么要防止疲劳呢？很简单，因为疲劳容易使人产生忧虑，疲劳同样会减低你对忧虑和恐惧等感觉的抵抗力，所以防止疲劳也就可以防止忧虑。

洛克菲勒创造出了两项惊人的纪录：他赚到了当时全世界为数最多的财富，也活到了 98 岁。他如何做到这两点的呢？就是因为他经常给自己的心放假，每天在办公室里睡半小时午觉。他躺在办公室的大沙发上——在睡午觉的时候，哪怕是美国总统打来的电话，他都不接。

然而，绝大部分我们所感到的疲劳都是由于心理影响。事实上，纯粹的生理引起的疲劳是很少的。

对于一个坐着的工作者，如果健康情形良好的话，他的疲劳百分之百是受心理因素，也就是情感因素的影响。

什么心理因素会影响到坐着不动的工作者，使他们疲劳呢？是烦闷、懊悔，一种不受欣赏的感觉，一种无用的感觉，太过匆忙、焦急、忧虑——这些都是原因。

在推销界，我们对推销员指出了这一点：“困难的工作本身很少造成好好休息之后不能消除的疲劳。忧虑、紧张和情绪不安，才是产生疲劳的三大原因。通常我们以为是由劳心劳力所产生的疲劳，实际上都是由这三个原因引起的。请记住！紧张的肌肉，就是正在工作的肌肉，应该放松，把你的体力储备起来，以应付更重要的工作。”

碰到这种精神上的疲劳，应该怎么办呢？要放松！放松！再放松！要学会随时放松自己，给自己的心放个假。

点燃财富的信念之火

在我的生活中，从来没有“不”这个字，你也不应该有。“不”就是“也许”，“也许”就是肯定。我不会把财富白白送给别人的。

我相信我自己，所以我一定能做到。而我能做到的，你们同样也能做到，因为我并不比你们好多少。

我之所以能做到，是因为我一直有个坚定无比的信念，并且投入了所有的专注与热情。

一、做自己忠实的信徒

经常有推销员问我：“要怎样做才能达到你这样的成就?”我告诉他们：“当你如同最虔诚的信徒信仰上帝那样信仰你自己时，就可以克服任何横阻在你面前的障碍了。”

我在35岁以前，经历过无数次的失败。最惨痛的一次，我的朋友都弃我而去了。

我对自己说：“没关系，我还会卷土重来的。就算没有任何人的支持，还有我自己这个忠实的信徒，我会永远保持对我自己的信赖。”

就这样，三年后，我成功地实现了我曾说过的话。现在，我仍然相信我自己，这也是我这一生中最重要的信念之一。

无条件地相信自己

在这个世界上，总有一些人认为自己生来就是不能与其他人相提并论的。他们不相信别人所有的幸福会为自己所有，他们甚至认为自己不配拥有。

为什么会有这种想法呢？因为他们从不相信自己能够做到。信息的缺失，使他们永远不能挺直后背。

相信自己很重要，因为它可以创造出被人称为“奇迹”的东西。

在推销界中，对推销员的首要要求就是有足够的自信，我们推崇这一点。前几年，乔治·赫伯特成功地把一把斧子推销给了小布什总统。为此，布鲁金斯学会把一个刻有“最伟大的推销员”的金靴子奖给了他。

从某种角度来看，这个奖并不表明了乔治的推销技巧有多么高明，而是在于奖励他那坚不可摧的信心。

当所有学员都认为不可能把斧子推销给小布什总统时，乔治并没有退缩。他是这样说的：“我认为，把一把斧子推销给小布什总统是完全可能的，因为他在得克萨斯州有一座农场，那里长着许多树。于是我给他写了一封信，信中说：

“有一次，我有幸参观您的农场，发现那里长着许多矢菊树，有些已经死掉，木质也已变得松软。我想，您一定需要一把小斧头。但是以您现在的体质来看，这种小斧头显然太轻，因此您仍然需要一把不甚锋利的老斧头。现在我这儿正好有一把这样的斧头，它是我祖父留给我的，很适合砍伐枯树。倘若您有兴趣的话，请按这封信所留的信箱，给予回复……

“就这样，他就给我汇来了 15 美元。”

这就是乔治成功的秘诀，他并不因为有人说这一目标不能实现而放弃，也没有因为这件事情的难以办到而失去自信。

许多时候，不是因为有些事情难以做到，我们才失去自信；而是因为我们失去了自信，有些事情才显得难以做到。

克服怀疑

记住，信心是一种精神状态，它是靠着调整你的内心去接受无穷智慧的方法而发展成的。

信心是使无穷智慧的力量配合你明确目标的一种适应表现，信心是成功的发电机，也是将你的想法付诸实现的原动力。

无论你的内心所怀抱着的意念或信仰是什么，它都可能成为事实。因此，不要在通往信念的路上设置障碍。就像当阳光透过三棱镜时，会变成多道光束一样，当信念通过你的内心时，也会绽放出不同的光芒。

那些消极念头，诸如不可能成功、不要去做、成功之路障碍重重和有些事注定无法成功，等等，都是思想中的缺陷。这些缺陷足以扭曲你的思想、并且分散信念的力量。如果你因此关闭了信念的大门，你将永远无法享受到它的好处。

你无法骤然告诉自己，你有信心并且希望马上出现好的结果。信心是一种必须经过培养的精神状态。

每天腾出一小时的时间，来思考你和信心之间的关系，找出可以在你的生活中通向信心的方向。

先清除在你内心的各种消极思想：缺乏、贫穷、恐惧、疾病和不和谐，然后建立一个明确目标，并且毫不犹豫地立即开始执行。

如果你以信心为基础所制定的计划需要其他人的合作时，那就务必要找到合作的人，这些人不会自己跑来找你的。

如果你的计划需要资金，你就必须尽全力去找寻投资人，不会有人把钱自动送上门来的。你必须把你的信心运用实际中去。

当你达到一个目标之后，再设定一个新目标，但切勿因为达到目标就感到自满。比尔·盖茨创设了供应世界70%电脑操作系统软件的微

软公司。在他 35 岁之后，他的公司就已发展成比麦当劳、迪斯尼和 CBS 还要大的企业。但他从此就停止进步了吗？

不，他仍然不断地设想为自己和公司扮演什么样的新角色。他在 37 岁时，开始提供一种可以使办公室内的所有机器都能连线作业的系统：电话、传真机、电脑全都能一起工作。他成功地说服 AT&T 和 IBM 等大型企业加入他的行列，共同开发并且生产这一重要的系统。

你将会达成为自己设定的目标。如果你的祈祷词是感谢你已拥有的幸福，而不是要求你没有的东西时，你将能够更快地得到成果。

关上通往怀疑的门之后，你会很快地看到通往信心的大门。增强信心是一段费时而且需要奉献的历程。你在这方面的努力是无止境的，因为你所能运用的力量是无限的，因努力而获得的回报也是无尽的。

投入热情

有件事很重要，人人都要保持热情的火焰永不熄灭，而不像有些人那样起起伏伏。

在你坚定地迈向信念之路的过程中，你所要随身携带的物品有两个，一是坚定不移的信心，另一个就是无比的热情。

无论你的目标是什么，要实现它，首先需要的就是投入热情。

热情无疑是我们最重要的禀性和财富之一，会使我们获得想要的成功。不管你是否意识到，我们每个人都具备火热的激情，只是这种热情深埋在我们的心灵之中，等待着我们去开发利用，为我们的人生目标服务。

你要找到自己的热情，正如信心那样。热情全靠自己创造，而不要等他人来燃起你的热情火焰。

缺少自身的努力，任何人都无法使你热情满腔；没有自身的努力，任何人都无法使你渴望去达到目标。

热情应该是能转变为行动的思想、一种动能，它像螺旋桨一样驱使

你达到成功的彼岸。

热情意味着你对自己充满信心，能望见遥远之巅的胜利景色。你能集中自己的全部精力，勇气百倍；你也能够自律自立；你能运用自己的想象力，修身养性，日臻完善；在你悔过时能迅速回到现实中来，那你就能获得成功。

我们能在热情中找到迷惑、失望、惧怕、颓废、担忧和猜疑吗？当然不能！这些消极情绪使你未老先衰。而相反，热情能让你终生受益。

热情是一股强大的力量。当这股力量被释放出来，并不断用自己的信心补充能量时，它就会形成一股不可抗拒的力量，足以使你克服一切困难。

时时反省自己

对一个有所信仰的人来说，应该懂得时时反省自己，看看自己对人生、对事物、对自己是否有足够的了解和喜爱。

如果你的思想被迟钝、有害的各种病态心理占据着，热情就缺乏生长和生存的土壤。要改变这种状态，关键在于需要你自己做出努力，要不断鼓励自己，给自己打气。

常常对自己说："我有幸福、幸运的每一天，我尽全力去做，去争取每一次的机会。而且我得到过，今天和明天还将会得到。我的努力可以换得我的快乐与充实。"尝试着这样充满信心与热情去投入工作和生活，你就必然会走运。

每时每刻记住祛除心理上的病态，消除抑郁与自卑。人的内心经常会发生心理战，占据优势的心理往往左右你的言行，也影响着你的一生。因此，你要时刻排除一切杂念，坚定对自己的信仰。

有一个曾经被自卑、焦虑的病态心理折磨得几乎对自己的事业绝望的人，在经历了一场心理战，并尝试着做出热心的样子之后，终于使自己的事业有了起色，并重新获得了欢乐。

他对自己这一段大起大落的生活感慨万分，他说：

“我得到了一个深刻的教训，我体会到我必须去做一件了不起的事情，就是改造我自己，唤起自己对生活，对每一件与自己相关联的事情的热情。

“学会对每个人，每件事都做出热心的样子，并热心去做每件事，让热情贯穿自己的生活。这样，才不至于让沮丧、烦恼占据自己的心。终于，我又重新得到了充实的生活，我也将永远保持这一份热情。”

拿出你的力量

要相信你是一位得天独厚的人，你能勇敢地面对生命，随时准备迎头痛击那些阻碍你前进的一切困难，世界因此跟着你的脚步向前迈进。

要相信你拥有一种只有极少数人知道如何运用的秘密力量——大无畏和勇于担当的力量，这就是足以担当重大责任的力量。

一旦你发挥了这种力量，你将摇身一变，不再是从前的你了；一旦你发挥出这种力量，你就会不断地鼓励别人去寻找这种力量，并且你愈想去鼓励别人，你自己的这种力量也会愈加强大。

这种力量似火一般的燃烧着你的心。它鼓励着你、鞭策着你，永不熄灭。它使你眼界大开，照亮你未曾预见的生命和生存的领域。到时候你会按捺不住自己的心而蠢蠢欲动，因为它每一时刻都在燃烧你。

你应该深知，你的身上充满了未开发的才智和潜能。而这些才能之所以一直被埋没，是因为你一直缺乏勇气把它挖掘出来，并且加以利用。

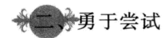
只要你敢于挑战，就会表现得更加自如。淘金的人告诉我们，总有一个地方可以找到金子，也许在河床上，也许在山里。有勇气的人也一样，也许在穷乡僻壤的小木屋里，也许在金碧辉煌的城堡中。

不管你是哪里的人，不管你是穷是富，只要你下定决心，那就等于你已报名参加这个挖掘勇气与力量的队伍中，并开始向前迈进了。

要相信自己是会变成比现在更能干的人。你以前没有，那是因为你“不敢”。一旦你鼓起勇气，不再随俗浮沉，开始正视人生，你的生命就会有一种新的意义。

有谁愿意一生只做一些无足轻重的琐事？有谁愿意永远做没有兴趣的工作？我们每个人努力去追求的是生命中代表永恒的东西，追求一种可以把你的天赋发挥至顶极的工作——这就是你应面对的挑战。

如果你勇于贡献出自己的才智，你的身体、人缘、品格都会增强，你的勇气也会愈来愈大。付出愈多，所得愈多，这个原理你可以终生享用。



二、勇于尝试

成功的人都有一个特色，那就是他们总在问自己："怎样做才能做得更好?"他们不满足于固有的方法，总是在寻求各种突破。

我们通常面临的最大障碍就是我们自己，并且这种障碍只存在于我们的头脑之中。如果你明白了这一点，你就会换上一种全新的、能看到更多机会的眼光。

以冒险精神做后盾

世界上任何领域的成功人士，都是靠着勇敢面对他们所畏惧的事物，冒险犯难才能出人头地。而一些利用投资致富，实现梦想的人也都是如此，都是以冒险的精神作为后盾。

处处小心谨慎，难以有大成就。缺乏一定的冒险精神，梦想将永远都只是梦想。

然而，冒险精神并非与生俱来的，多半是经由训练而来的，经由冒险、失败、再冒险、再失败……一步一步地训练而来。

其实我们每个人都是敢冒险的，每个人也都曾经有过大胆冒险的经验。

在幼儿时期，我们敢冒险地站起来学走路，都是经由不断的跌倒、爬起，才能学会走路。人生的大部分技能，例如：游泳、溜冰、开车、公开演讲等等，没有一项是与生俱来的本能。

想学会这些技能，一定要经过冒险的阶段，并遵循"越挫越勇"的精神，尝试再尝试才有可能学会的。

然而，我们的冒险精神似乎是随着年龄的增长而逐渐消退了。一方面是由于我们在经历失败与错误后，本能上会产生挫折感，因而泄气。

如果此时没有适度的激励因素，那么我们就会倾向减少冒险的尝试，以减少失败的打击。

另一方面，由于传统的教育观念和父母的过度溺爱，小孩子一旦做出任何危险行为，马上会受到大人们的谴责，因而养成安全至上、少错为赢的习惯。

这样一来，当我们随着年龄的增长，冒险精神也随之逐渐消退，逃避风险也就成为一种习惯。

虽然规避风险并不是坏事，问题是过度的规避风险，就会成为投资致富的严重障碍。

冒险才会带来更大的收获

一条力争上游的鱼，抵得上十条在静水中游荡、因循苟且的同类。人也是如此。

大多数人都喜欢走容易之路，找到捷径，这样可以节省些力气。精神与肉体都懒散的人不喜欢改变现状，不过他们也从来没有尝到过胜利的狂喜。

美国青年创业训练营每年都要招训成千渴望成为领导人物的青少年。而这些青少年时时接受的忠告就是："接受困难，勇于冒险。"

对于生活来说，每天都是新的冒险。如果你每天一早从床上跳下来就充满着战斗力，勇敢地面对可能使你沮丧的人或环境，那你就已经走在成功的路上了。因为只要你肯面对问题采取积极的态度，你的问题就已经解决了一半。只要你继续付出更大的心力，胜利就会提早来临。

那么，什么是冒险呢？首先你得承认积极进取的生活可以改变人生整个的面貌。大多数人都是忧虑、恐惧的牺牲者：怕生病、怕过苦日子、怕失去现有职业、怕失败。

但你必须了解勇气之中就含有忧虑和恐惧的成分，重点在于如何去克服它。当你敢于向忧虑和恐惧进攻，那就说明你已经控制了忧虑和恐

惧，不再为其所控制了。

为什么我们要冒险？因为你不冒险就永远不会有胜利。每个人都希望自己成为某种人物，能达到某种境界。然而，机会是不会光临守株待兔的人的，只有勇于尝试的人才能抓到机会。

许多人都会说环境不允许他们去冒险，这种观念也是我们最大的敌人。如果你在这种情况下，更应当冒更大的险，愈是平庸的人生愈需要冒险。你的弱点要靠坚强的行动来治疗它。不妨做出出人意料的事，必要时破窗而出。现在就开始！

当你敢于渴望，敢于要做一个伟大的人物，你将拥有更丰富的生命。世界上到处充满机会，敢于冒险必然会有丰富的收获。

在科学方面、宗教方面、实业方面、教育方面，到处都需要有勇气面对困难的人才。现在迫切需要的是攻击性的人才，而非防御性的人才。

克服对失败的恐惧

许多人之所以不愿进行新的尝试，就在于无法面对失败。

尝试求变意味着一定的风险，而对不可知的未来，我们每个人承受压力的程度也大不相同。

有的人对失败有一种天生的恐惧心理，或者怕丢面子，或者怕失去原有利益。归根到底，是不能正确对待失败。

其实，我们每个人的一生中都要经历无数次的失败。一次失败并不等于最终的失败，惧怕失败而不敢冒险的人，就如同害怕跌倒而停步不前的人，一直站在同一个点上，而他周围的世界却在不断地变化着。

不同的人对待失败的态度各异，这也往往造就了个人的成功与最终失败。能够坦然地面对失败而不被失败所击倒的人，都往往能够出类拔萃。

正确对待失败的第一步，就是勇于承认自己的过错。大凡不成功的

结局，总有我们自身的原因，或者决策时太轻率，或者在执行过程中偏离了原来的轨道，或者不能随机应变地处理突发事件。总而言之，我们都能从中得到一定的经验教训。

其次，要分析失败的关键因素。一件事情的结局，会由很多因素共同作用而成，但是其中一定有最关键的原因。我们要抓住的也就是这一点，抓住了关键因素，其余的事情都好解决了。

最后，你要克服对失败的恐惧，勇敢地做出再次尝试的决定和准备。如果仅仅因为一次失败就停止了对生活和工作的再次尝试，那你的人生也就彻底失败了。

失败并不可怕，可怕的是我们意识不到为什么失败，以及在失败后该采取什么样的措施。

一般来说，善于反败为胜的人会在一些方面表现出共性，那就是：客观的分析态度、敏锐的观察力和高强的判断力。

尝试自我激励

许多情况下我们无法达成所定的目标，是因为我们无法坚持下去。或者是做到一半就放弃，或者是在最后关头突然放弃了，有的人甚至是用降低标准来求得自我满足。

之所以会出现这样的现象，就是因为我们从未尝试着自我激励。其实，这点对于从事公共服务、推销和经商等工作的人来说，尤其重要。

当一位年轻的推销员有了一些销售经验之后，就会向着特殊的目标（获奖）而努力。而要想做到这一点，他至少要在一周内销售 100 次。

我认识一个年轻的推销员，他就有着这样的目标。当他达到这一目标时，我问他是怎样做到的。

他说："从周一到周五的晚上，我已经成功地销售了 80 次，但离我的要求还差 20 次。我不想放弃，于是我痛下决心：什么也不能阻止我达到目标。于是我在周六的早晨又回到了工作岗位。

"然而，到了下午 3 点钟，我还没有做成一笔买卖。我开始尝试自我激励，虽然我以前很少用到它。我对自己说：我觉得健康！我觉得愉快！我觉得大有作为！我大声地把它重复了 5 次。

"大约在下午 5 点钟，我做了 3 次交易，但离我的目标还差了 17 次。于是，我又热情地重复：我觉得健康！我觉得愉快！我觉得大有作为！这样大约在夜里 11 点钟时，我虽然感到极度疲倦，但我却觉得十分愉快，因为我今天达成了 20 次交易。"

成功是由那些肯努力的人所取得的，并且为那些积极而不断努力的人所拥有着。当你在失败时，尝试一下自我激励，你会惊讶地发现原来成功就是这么简单。

激发你尝试创新的意念

在现代社会里，人们有更充裕的金钱追求物质享受；也正是因为如此，工商业界也需要更多创新意念的人，来创造更多新的能够赚钱的东西。

在生活中，有待改进的东西太多了，比如说如何使沙发坐起来更舒服？如何使衣服穿起来更舒适，更好看？如何使吃的东西美味可口更方便？……这些改进一旦成功，就是金钱和财富的源泉。

要知道，美国从 1999～2001 年两年间，新增了大约有 100 万名百万富翁，由此形成了一个数量庞大的新富人阶层。

这些新的百万富翁的致富方式与老一代的百万富翁已经大不一样了：他们靠思想致富，他们致富很快，财富迅速地以几倍、几十倍甚至上百倍的速度升级；他们致富显得很轻松，好像不知不觉间就成了富翁。

雅虎公司的股价在三年中几乎上升了 80 倍，市场价值狂飙至 345 亿美元，而苦心经营数十年，实力雄厚的联信市场资本总值也不过 347 亿美元。

亚马逊公司的股票在短短两年内上升了45倍，市场价值高达230亿美元，而历史悠久、大名鼎鼎的美国制铝公司市场资本总值也才刚好230亿美元。

为什么会这样呢？那是因为像雅虎、亚马逊这样的公司，一直都在创新。要知道，在思想的竞争面前贫富机会均等，而不是靠财富所能产生的。

只有能赚钱的创新意念，才是大多数创造财富的一条通路。创新意念是白手赚取金钱的最厉害而有效的捷径。

不要怀疑你自己的创新能力，我们一般人的创新意念大都潜伏在脑海的深处，不太容易被发觉。因此，很多人浑浑噩噩地活了一生，不仅不知道如何去运用自己的思想创新，甚至于不知道自己有这种才能。

可能你听说过这样一个故事：一个牧羊的孩子，时常因为羊丢失而被责罚，结果他发明了铁丝网，变成了一个富翁。

另外还有一个大家熟悉的故事：一个修钢笔的工人，在贫穷的煎熬下，冥思苦想，发奋创新笔型，结果他创造出自来水型钢笔。这就是派克钢笔诞生的故事。

类似这样的故事很多，然而它们都有一些共同点：一个创新意念的诞生，不是被困苦所迫，就是被困难所阻；不是满脑子都是幻想，就是爱钻牛角尖。

由此可见，创新意念的诞生，需要外在刺激和内在的激发，不是平平常常就能够冒出来的。

一般平庸的人都没有什么太大的愿望，只想温饱，平平淡淡地过一辈子；这样的人，很少会有新的意念诞生。另一些人，自小生活在富裕的环境中，一生丰衣足食，根本不必去用大脑思考，这种人也难以产生新的意念。

什么样的人能激发出自己的创新意念呢？如果你内心的赚钱愿望越迫切，则产生新意念的可能性就越大。如果你迫切地想摆脱贫穷，你必

然会想得出一些致富的途径。

处处留心皆有财

有句话叫“处处留心皆学问”，我觉得这句话说得非常好。并且我觉得，不仅“处处留心皆学问”，对于想致富的人来说，也是“处处留心皆有财”。

在商场中，只要你处处留心，自然会摸索出其中的诀窍，而这些诀窍就会成为你致富的硬件。

我的朋友威兹就因为培养了这种处处留心的能力并由此成为房地产富翁的。

当初，威兹本人并不赞成用钱买房子，他认为那样会变成“死钱”，要用的时候很不方便。但他母亲的想法比较实在，觉得买房子是万无一失的存钱方式。

威兹拗不过他母亲的意思，只好去找经营房地产的人谈谈，这一谈，使他的人生从此得以改变。

当时有一个叫艾伦的房地产经纪人，是当地有名的权威人物。当他知道威兹的来意之后，很爽快地说：“买房子没有问题，但你首先得明确，你买房子的目的是什么？是自己住？是买来做生意？还是想买来当储蓄？”

这一问题使威兹的好奇心滋生了，因为他以前并不知道买房子还有这么多讲究。

“这几种房子有什么区别？”他问。

“区别可大了！”艾伦说，接着他便把买自己住的房子需要考虑些什么条件，做店铺用的房子应注意的事项，以及什么样的房子增值较快，可以买来作为储蓄等，详详细细地都告诉了他。

对威兹来说，艾伦这次对他说的话，等于给他上了最宝贵的一课。他把这些话都牢牢地记在心中，并开始留心这些不同种类的房子。

假如他不是由此开始做房子买卖生意，他对土地价值判断就决不会有后来那样的精确。

威兹把选择地皮，比作“在复活节找金蛋”，而他将近二十年来，曾找到无数的金蛋，几乎没有一次是落空的。

要主动前进

生命是一个不断向前的过程，你要做的是主动前进，而不是被动后退。

成功的人喜欢问：“还有什么样的方法我们没有试过？”他们不断尝试，以求做到最好。

有一位曾听过我演讲的女学生，她在四年内就开了四家五金店。这真是了不起的成就，因为这位女士创业时只有3500美元的资金。她既要应付同行的激烈竞争，而且又缺乏经验。

她的新五金行开幕后不久，我前去道贺时，同她聊到她的成功经验。她回答道：

“我确实很努力，但是只靠早起与加班是不可能赢得这四家店面的。这一行大部分的人都是很努力地工作的。我的成功主要是靠我自创的‘每周改良计划’。其实这也没有什么特别的，它只是一种帮助我每过一周，就可以把工作做得更好的计划罢了。

“为了使我的思考上轨道，我把工作分成四项：顾客、员工、货品、升迁。我每天把各种改进业务的构想记录下来。然后每星期一的晚上，我花四小时检视一遍我写下的各种构想，同时考虑如何将一些较实际的构想应用在业务上。在这四小时内，我强迫自己严格检讨我的工作。我不会仅仅盼望更多的顾客上门，我会问自己：‘我还能做哪些新的尝试来吸引更多的顾客？’我不断地尝试新的方法来改进商品的销售。为此我想到了一些主意，其中之一是我想到我该做一些事来吸引更多的小孩进我的店面。因为，如果我能吸引小孩上门，也就能吸引更多的大人。

于是我在供应 4～8 岁小孩的产品堆中多加了一排小型的纸玩具。结果真的很管用，这些玩具不占什么空间，也卖了不少钱，但最重要的是，这些玩具使店面的顾客川流不息。请相信我，我的'每周改良计划'真的有效。此外，我还学到了有关成功的重要观念，这是每一位想成功的人都应该知道的。"

"是什么呢？"我问道。

"那就是：你最初开始时懂多少并不重要。最重要的是你开始计划后能学到什么，以及如何应用它。"

敢于超越自己

1855 年，约翰·戴维森·洛克菲勒忙着四处寻找工作的机会。3 个星期后，克利夫兰一家商行雇佣了他。

三年之后，洛克菲勒的年薪增到了 600 美元。"难道这样干才值 600 美元，我应得到的要远比这个数目多……"他每天都在暗自思忖，他不甘被人剥削和埋没，他要求商行老板加薪 200 美元。遭商行老板拒绝后，洛克菲勒便辞去了这份当时在很多青年人看来优厚的美差。

"我要自己办公司，当老板。"小约翰终于用行动实现了自己的诺言。他结识了一位比他大 12 岁的英国移民莫里斯·克拉克先生。克拉克对这位年轻人很信赖，把自己在商行做事的许多生财之道的诀窍传授给了洛克菲勒。他们两个人终于合伙办起了一家公司。

确实，我们每一个人都像洛克菲勒一样想超越自己的过去，胜过我们的现在，以达到成功的明天。所以，我们现在才会苦苦地思索着如何改变自我，如何克服个人所存在的危机，从而达到超越自我的最终目的。

我们会情不自禁地问自己："为什么他们能够取得如此的成绩，而我却总是这样平平庸庸地生活呢？"我们已经不仅仅局限于对于别人成就的羡慕和徒做无聊的叹息，而更加注重于了解自己的能力和潜质，从

而付出努力以争取达到自己理想中的目标。

当我们从消极走向了积极，从被动走向主动时，我们不再羞怯，不再遮掩，也不再隐忍，而是将心中的兴奋与激动化作行动，化为汗水，洒在成功的路上。

而当我们终于踏上成功巅峰的时候，我们会惊叹自己有如此之大的能耐，有如此之深的潜能，而以前只不过是一种梦想罢了。

事实上，这就是超越。

我们每个人，作为社会的个体，都会有一种超越的意识。超越自己的对手，在竞争中取胜，是一种内心的意识。同时，此种意识又化作一种行动，千方百计地想要使自己高别人一筹。这时，超越也是一种结果，是经过努力之后，确实超过了他人。

我们参与竞争，实现超越，其动力因素是多样的：有的是为了有一个好的工作，有的是为了博得名声，有的是为了有更好的物质享受……

一个足球明星和一位总统，他们的工作是不一样的，所渴望达到的成就也不一样。但是论其实质，都是渴求揭示自己生存的意义，充分地实现自身的价值，从而达到超越的境界。

超越是自我的否定，同时也是对于自我的重塑。因此，任何人若想要取得成功就必须首先战胜自己，改变自己，要重新塑造一个全新的自我。

“不想当元帅的士兵不是个好士兵”，我们每个人都有“当元帅”的能力，只是看你能否有一种必胜的信念，能否用实际行动来实现对于自我的超越。

三、加倍付出必有回报

成功的道路上不存在“幸运”两个字，所有被人们认为的“幸运”背后都蕴藏着无数的汗水和努力。

要知道，敷衍懒散、拖拉应付会使任何一个百万富翁很快倾家荡产的；相反，每一个成功人士都是认认真真、兢兢业业的。

要想获得，必先付出

你是否遇到过一些只求获得较少东西的人吗？如较少的财富、较差的健康、较少的朋友或较低的职位。你会遇到过这种人吗？我想可能性不太。

我们每个人都需要获得生活中更多的满足，享受更多的美好事物，拥有更多的财富与快乐。我们要让自己获得一种美好的感受；时时感到自己在向前迈进，获得更多。

如果我们没有在春天播种，就不会在秋天获得收获。如果你给予他人一流的服务，你就可以获得最好的报酬，这种例子在各种不同的活动中都可以显现。

美国东北部有一家商业学校，报道说即使没有州政府的补助，这家学校也是不会倒闭的。但是，州政府撤回基金后，这所学校却关门了。

后来，在三个年轻企业家的支持下，又重新开始招生了。不到一年半的时间，这些企业家就赚钱了。当问及他们如何成功时，学校的发言人说：

“我们分析了当时的情况而得到的唯一结果是，这所学校之所以失败是因为学生们付出了许多学费，却得到很少的教育。”

“教师的工资都相当不错，”他继续说，“但所付出的努力却很小。他们对于如何帮助学生几乎毫无建树，像帮助学生对专业课程的安排、解决难题、帮助他们找工作，这些事他们都很少帮助学生去完成。由于这种低标准、低品质的教导和管理上的漠不关心，使得高水准的学生无法适应，所以这所学校失去了好名声。”

发言人接着说：“而我们所做的只是决定提供第一流的服务，给学生更多他们所想要的、所需要的教导。我们学校聘请的人都是专家型的人才，老师们都具有相当的职称，我们并不在乎他们拥有多少个学生。我们所安排的课程时间，能够配合学生的工作时间，而且教育学生建立起自尊心及热情。现在，我们办学的形势非常良好，有一大堆人等着报名，而我们的计划也得到了地方政府的支持。我们发现，当学校将服务摆在第一位，并给予学生更多他们所期望得到的知识时，钱的问题很快就解决了。”

懒惰的人永不会成功

大自然的报酬是丰厚的，但并不是人人都是辛勤的耕耘者。

大部分人喜欢舒适，这是人的本性。对有些人来说，能站着拿到东西绝对不会跳起来，能坐着拿到东西就绝对不会站起来。然而，舒适本身却是个极坏的东西，它是滋生懒惰的温床。而无所事事、无聊至极等恶劣的性情大多都是因舒适而衍生的。

懒惰是人类的劣根性，为了实现更好的目标，我们必须要与它抗衡，超越这种劣性的钳制。但是这种抗衡和超越不是心甘情愿的，一开始总要由一些外力来强制，进而才会逐渐内化为恒定的精神和行为习惯。

大凡在各行各业有所成就者，都有勤劳的品格，因为勤劳往往能铸造一个人的吃苦精神、自制力、容忍和毅力等人格品质。而这些品性正是成就大业的根本精神所在。

伟人之所以伟大，并不是天生的，而是其曾有过非凡的人格锻铸历程，自愿地接受勤劳人生的神圣洗礼。他们可以忍受平常人难以承受的孤寂和苦难，孜孜以求自己钟爱的事业。所以他们的成就也比任何人都大，因为他们付出了比其他人更多的努力。

我们每个人都不是伟人，但我们可以要求自己做得更好，以开发自己的潜能，使自己的生命更为充实。

一旦养成经常性的勤劳习惯，往往会拥有一份稳定的愉快心情。因为它专注意念与行为谐调归一，所以恶劣的情绪便没有了潜入的机会，更没有了盘踞的空间。

一个进入勤劳状态的人，心灵中就不会有长久驻足的烦恼。所以，克服烦恼最直接、最有效的方法就是使自己忙碌起来。

我们想要成功，就必须抗击来自人性中的懒惰力量，从外界的逼迫变为内心的自觉，而勤劳正是洗涤这一懒惰因子的强有力因素。

勤奋是最有效的方法

许多失败的人常常用机遇来掩盖懒惰的本性，用缺乏成功的方法来掩盖不求上进的思想。其实，成功人士的经验也好，千载难逢的机遇也罢，如果没有你自身的努力，全都只是无用的东西。

在这个世界上，走向成功的最有效的方法，也是最平常的方法，就是勤奋努力。

我曾经碰到一位推销员，他连续十年蝉联缝纫机年度销售冠军。其实他与我一样，也是为了养家糊口才进入了推销行业的。

尽管他当初根本不懂得怎么操作缝纫机，也不懂得什么推销技巧，但是他勤于学习，勤于与客户打交道。

他凭着一腔热诚，逢人便说拥有一部缝纫机可以自己做衣服，享有数不尽的乐趣。很快他便以一个毫无经验的新人身份，创下了实际工作8天，卖出37台缝纫机的佳绩，勇夺整个分店之冠，还超过了所有的

老推销员。

他的成功之道就只有一个字：勤。他每天早上 6 点钟出门，一直工作到晚上 10 点、11 点，不达到自己满意的成绩绝不停止拜访。

在这一过程中，他的推销能力和推销技巧都得到了很大的提高，经验与胆量也在不断地提升。

有不少人自认为聪明，因此对勤奋努力这种说法不以为然。他们认为自己只要稍做努力，就可以取得很大的成就。但事实证明，这种人往往所取得的成就远不如脚踏实地、勤奋努力的人。

我们并非生下来就明白一切，也不是每个人都是天才。所有的成功大都是后天努力的结果，天才也需要后天的磨炼。

生命不排斥努力，它需要辛勤的汗水来浇灌，只要勤奋就可以换来累累硕果。

对于所有成功的事实来说，勤奋的功用实在是太过默默无闻，太过平实了，平实得就像大厦的根基，重要而又隐秘，无声无息地托起伟岸的形象和耀眼的华丽。

但是，多数人往往只看到伟岸、华丽的外表，而忘却了基本的平实。其实，能让人成功的办法，都是人人可行的办法，只是有太多“聪明”的人不去实行而已。

坚持每日付出

生活中，有许多东西单独看上去是毫不起眼的；但是积累到了一定的程度，再合起来看时，就会显得很辉煌，很耀眼。

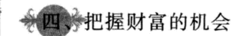
生活是靠一点一滴地积累，成功也是如此。如同贝壳把沙子一点一点地汇聚成珍珠一样。沙子虽然不起眼，但积少成多，最终孕育出了让人吃惊的与沙子完全不同的美丽珍珠。

所以，你每日为目标付出的努力，虽然现在看不出有什么效果，但时间一长，你所付出的都会有所回报，到时积累的结果会让你自己也大

吃一惊的。

许多人追求快捷的成功方式，终其一生也一事无成。因为他们的精力主要耗损在焦躁的期盼中，对所要达成的目标并没有真正地投入精力。他们看上去终日忙碌，却不能真正获得想要的东西。

能养成每日努力付出的习惯，你将终生受益。成功的关键就在于持续做下去；一点一滴地做下去。



四、把握财富的机会

在我推销的生涯中，我决不放过任何一个推销的机会，这也是我所坚持的信念之一。

一般的推销员会说，那个人看起来不像是一个买东西的人。但是，有谁能告诉我们，买东西的人长得什么样？而每次有人路过我的办公室，我的内心都在吼叫：进来吧！我一定会让他买我的车，因为每一分一秒的时间都是我的花费，我不会让他走的。

把握任何一个机会，不要让它从你的指缝中溜走，这也应是你的坚定信念。

机会是什么

无论你听过的成功故事属于哪一种，你一定会发现他们有一个共同点，那就是：他们都把握住了机会。这样，许多人都会羡慕他们的这种机遇，并且认为自己的失败就在于缺少这种机遇。

没有机遇？没有机会？在这个世界上，成千上万的孩子最终发财致富，卖报纸的少年被选入国会，出身卑微的人士获得高位。就这个世界上，难道没有机会？

有一位学法律的学生对丹比尔·韦伯斯特抱怨说：“年轻人的机遇不复存在了！”“你说错了，”这位伟大的政治家和法学家答道，“最顶层总有空缺。”

对于善于利用机会的人来说，世界上到处都是财富，到处都有机会。

许多人认为自己贫穷，实际上他们有许多机会，只是需要他们在周围和种种潜力中，在比钻石更珍贵的能力中发掘机会。

据统计，在美国东部的大城市中，至少有95%的人第一次挣大钱是在家中，或者是在离家不远处，而且是为了满足日常、普通的需求。

这对于那些不知道机会是什么，一心认为只有远走他乡才能发迹的人，无疑是当头一棒。

一伙巴西牧羊人前往美国加州淘金，随身带了一把半透明的石子用来在路上玩西洋跳棋。到了旧金山，他们才发现这些石子是钻石。他们急忙赶回巴西，而出产石子的地方已被其他人占有并出售给了政府。

内华达州最高产的金银矿被矿主以42美元的价格售出，以便筹钱前往其他矿区去圆自己的发财梦。

由此可见，机会是无处不在的，关键在于你是否愿意去寻找。如果你不遗余力地去寻找，就会很容易地找到它们。

机会不是陶土，而是劳动者手中的铁。我们必须不断地锤打它，才能为自己打造出一个成功的位置。

机会是平等的

在这个世界上，我们的东西都是平等的。机会也是如此。

对于软弱和犹豫不决的人来说，他们永远都不可能得到他们所盼望的机会。因为就算机会女神站在他们面前，他们也会考虑半天：究竟从什么方向下手抓住她呢？

在我们的生活中，每个人每时每刻都面临着各种各样的机会：

你在学校或是大学里的每一堂课是一次机会；

每一次考试是你生命中的一次机会；

每一个病人对于医生都是一个机会；

每一篇发表在报纸上的报道是一次机会；

每一个客户是机会；

每一次布道是一次机会；

每一次商业买卖是一次考验你优良品质的机会；

每一次与人攀谈都是一次机会；

……

在这个世界上生存，本身就意味着我们拥有奋斗进取的特权，我们要利用这个最大的机会，充分施展自己的才华，去追求成功。

只有懒惰的人才总是抱怨自己没有机会，抱怨自己没有时间；而勤劳的人永远在孜孜不倦地工作着、努力着。

有头脑的人能够从琐碎的小事中寻找出机会，而粗心大意的人却轻易地让机会从眼前飞走了。

既然我们每个人都仍然活着，机会对于我们来说也就永远存在，就看我们是选择做一个有头脑的人，还是个粗心大意的人。

寻找自己的机会

我相信每个人都有属于自己的机会，只是有些人发现了，有些人还没有发现而已。

不要把机会想得过于惊心动魄，我们都是平凡的人，没有多少人会成为英雄或伟人。因此，我们所关注的应是自己的生活，把握最普通的机会。当你掌握每一个机会时，那些关键的被称为转折点的机会也会属于你。

沃伦·比尔克先生也是这样认为的。为此，他在明尼阿波利斯的中学母校设立了一项 100 万美元的奖学金。每年奖励 10 位普通等级但出勤率高、态度积极的学生，使他们可以获得上国立大学的约一半的费用。

为什么比尔克先生会这样做呢？“对于那些非常聪明的学生来说，获得奖学金往往不是件难事。”他说，“但是，他们往往会失去机会，因为他们不必专心读书，不必努力工作。而普通的学生则必须专心读书，因而能遇到更多的机会。”

比尔克先生非常强调“机会”这个词。他希望大学的教育能让这些

普通的学生有更多的机会，并认为他们是那种知道如何把握机会的人。

比尔克先生是明尼苏达州明尼托恩卡高级生物表面投资集团的副总裁，他自己就是一个善于发现自身机会的人。

当他进入罗斯福中学时，他家并不富裕。他是由母亲抚养长大的，为此，他母亲每天要在一家干洗店工作 12 个小时。母亲的行为使他明白，应当吃苦耐劳，努力工作。

这个基础使得他能够坚持读完中学，尽管在学业上并不是最好的。“如果你想成功，你就必须读完中学。”他说，“我不是一个优秀的学生，我学到的知识也不多，但我每天都坚持去上学。”

指点他去寻求机会的第一个人是一位中学的教导员。这位教导员让他去参加最后一次的学习能力测试。结果呢？成绩不太好，但足以进入一所四年制的国立大学。

“我当时不想上大学。”他说，“比尔克家也从未有人上过大学。”但那位教导员改变了这一切，改变了比尔克先生的人生方向。他还帮助比尔克在摩尔黑国立大学找到了一份工作，以帮助他支付读完大学所需的费用。

“我不是一个优秀学生。”他说，“我毕业时的成绩平均是 C+或 B。但是，如果没有这位教导员指引我上了大学，我就会在一个煤气站里干起全日制工作了。”

大学毕业后，他在医疗设备工厂当推销员。他按照自己的方式逐步发展起来，建立起自己的公司，并专注于对新建立的医疗公司的投资。

这个例子说明，对于我们每一个出身普通的人来说，我们只要抓住了出现在我们生活中的不同机会，就足以取得不俗的成绩了。

你做好准备了吗

要想拿到红利，就必须先拿钱投资。同样的道理，要想获得机会，你也必须有所牺牲——牺牲你的时间、享受等等，随时全神贯注地做好

准备。这样，当有机会出现时，你就能跳起来将它抓住。

机会女神的头发长在前面，后面却是光秃秃的。如果抓前面的头发，你就可以抓住她；但如果让她逃脱，那么即使是神也抓不到她。

如果我们有雄心壮志，但不去努力实现，它就不会保持勃勃的生机。这如同身体的器官长期不使用，它就会变得迟钝，直至丧失功能一样。

我们怎么能指望自己的雄心壮志经过几年闲散、懒惰、冷漠的生活仍保持勃勃生机呢？如果我们总是让机会擦身而过，而不去努力抓住它们，那么我们的性情只会变得更迟钝、更懒惰。

我们现在要做的是做我们能做的事情。不是拿破仑或林肯能做的事，而是我们能做的事。

我们是否能利用自己能力的10%、15%、25%或90%，其结果对我们自己来说是截然不同的。

到处都可以见到许多人年届中年，却没有抓到过一次机会。他们只开发了成功潜能极小的一部分，仍处于休眠状态，他们身上最好的一面仍潜伏得很深，从没有被唤醒。

绝对不要让自己滑入这种可悲的状态。

我们的缺点是永远寻找那些能使我们获得财富和声望的绝佳机会，我们指望着不经实践就居为大师；不经学习就获得知识；不经努力就发财致富。

生在一个知识和机会都前所未有的时代，你怎么能无所事事，连声向上帝索取那些已经给予你的所有必要的才能与力量呢？

世界上充满了需要做的工作，按照人性的特点，一句美言或一点微不足道的帮助就可以使一位同胞免遭劫难，或为他扫清通往成功路上的障碍。

按照我们的能力，只要通过坚持不懈的努力，我们就能找到各种机会，我们每一分钟都处在新机会的门槛上。

然而，机会是需要积累和准备的。如果你没有平日的积累，没有良好的准备，没有优良的素质，机会即使来了，也不会落在你的头上，只能眼睁睁地看着让别人抢去。

从现在开始，你要从外表上、举止谈吐上，把浑浑噩噩的生活痕迹清除干净；你要向世人展示你真实的气概，你再也不想被人视作失败者。

你已坚定地面向美好的东西——能力、自信，世界上没有什么能使你改变决心，那么你就会惊喜地发现，有一种向上的力量支撑着你，自尊、自强、自信也随之增强。

从需求中发现机会

许多人从别人视而不见的零碎物品中发了大财。正如从同一朵花中，蜜蜂得到蜂蜜，蜘蛛得到毒汁一样。

从一些最不起眼的东西中，有人创造财富，有人却收获贫穷。

之所以出现如此大的差异，全都来自于人类的需求和欲望中。

华盛顿的专利局里装满了各种构思精巧的装置，但几百个里面也不见得有一个对发明者本人或世人有什么用处。尽管如此，仍有许多人醉心于这类无益的发明，弄得家徒四壁，一家人在贫困中苦苦挣扎。

一个善于观察的男人发现自己的鞋带眼被拉了出来，因为买不起一双新鞋，便由此想到：我要做个可以镶到皮革里的带钩的金属圈。当时他贫困潦倒，连割房前的草都要向别人借镰刀，而就靠这项小发明他成了一位富翁。

新泽西的纽瓦克有一位善于观察的理发师，他觉得理发的剪刀有待改进，便发明了理发用的推子，从此发了大财。

像这样从生活小事中发现的机会数不胜数。有人虚度人生，从来看不到成就一番大事业的机会，而有人却站在旁边，在同样的条件下发掘机会，取得辉煌的成就。



我们不可能人人都像牛顿或爱迪生那样有伟大的发现，也不大可能像米开朗琪罗或拉斐尔那样有传世之作。但我们可以抓住平凡的机会并使之不平凡，进而使我们的人生变得更壮丽。

如果你想很快获得财富，就必须研究你自己和周围人的需要，你会发现千百万的人也有同样的需要。

无论是谁，只要他能满足人类的一项需要，改善我们目前所采用的方法，他就可以很容易地获得机会，从而取得他所需要的东西。

主动创造机会

莎士比亚曾经说过："聪明的人会抓住每一次机会，更聪明的人会不断创造新的机会。"

在商场上，你是聪明的人，其他的人也不是傻瓜。你做好了充分的准备，张开双臂等着机会的来临，而你的竞争者同样也会做出相同甚至更好的姿态。这时，等待无疑就是失败，只有主动创造和把握机会，你才能从中取胜。

任何机会都要靠你自己去把握。

美国南北战争的英雄格兰特将军在新奥尔良不幸从马上跌了下来，受了重伤。就在这时他接到命令，要求他去指挥查塔努加的战役。

当时，南方军已经将联邦军围得严严实实，投降看来几乎成了定局，仿佛只是一个时间早晚的问题。面对格兰特将军来说，所有的补给与供应线都已经被完全切断了。

格兰特将军就此放弃了吗？当然没有，他决定自己创造出机会。忍着巨大的疼痛，格兰特断然下令，挥师前往新的战场。

他的到来使整个战局立刻为之改观，整个军队都被他的坚韧和毅力所鼓舞，整个军队顿时士气大振。敌人仍然在一步步地逼近，但是在格兰特还没有来得及跨上马鞍、下令前进的时候，北方军队已经以迅雷不及掩耳之势夺回了周围所有的山头。

类似格兰特将军这样非同寻常地创造机会的例子还有很多。他们在别人畏首畏尾、面对艰难的处境时能当机立断，用意志、勇气与决心将情况彻底改变过来。

要想主动地创造机会，你需要采取主动，走在别人的前头；令事情发生，而不是等待事情发生；尝试一切方法，去把工作做到最妥善。

不放过任何一个信息

在竞争激烈的信息社会中，对时机的把握完全可以决定你是否有所建树。为此，你应该抓住每一个可能会带来财富的信息，哪怕是那种只有万分之一的机会。

詹森是一家公司的会计，在参加一个经营房地产的朋友所举办的房地产俱乐部主办的午餐会中，他就“遇到”了这样的致富信息。

当天的演说者是本地一位德高望重的老先生。他谈到二十年后的一些问题，预料本市繁华区还会继续繁荣，并逐渐向四周的农地发展。

他同时又预测“精致农场”的需求会快速成长。这些农场有 2～5 公顷的面积，足够拥有一个游泳池、骑马场的范围，以及满足其他业余爱好者所需要的一切空间。

这位老先生的话使詹森一惊，因为老先生所说的正是他想要的信息。

于是，詹森开始研究如何根据这个想法赚钱。有一天开车上班时，他突然想到为什么不买大卖小呢？随后，他自己经过精密地计算后，算出零卖的价格比整块土地的价格高出许多倍。

詹森在离市中心 22 英里的地方找到一块荒地，面积是 10 公顷，只卖 800 美元而已，他立刻买了下来。

然后，詹森在地里种了好多松树，因为有一个房地产的朋友告诉他，现在人们都喜欢树木，而且越多越好。詹森要顾客知道这块土地几年以后就会长满漂亮的松树。后来，他又请了一个测量员把 10 公顷土

地分成10块。

这时詹森认为自己可以出售了。他搜集到几份本市经理人员的名单，开始直接销售。他在信中指出，只要3000美元就可以买到这块地，并且同时指出它对娱乐和健康方面的好处。

虽然只在晚上和周末时间推销，但不到6个星期，这些土地就统统卖出去了，共收到了3万美元。

除去用于土地广告、测量费以及别的开支费1.4万美元，詹森自己净赚了1.6万美元。而且自此以后，他开始从事地产经营，现在已成为了屈指可数的大富翁。

所以，你若想尽快赚取你人生中的第一个100万元，就不要坐等机会，而是去把握可以使你致富的任何信息。

拼搏才会创造出机会

一个学生要想获得上大学的机会，必须刻苦努力地学习；一个推销员要想获得机会，必须勤奋地走街串巷，寻找需要产品的客户……机会要靠我们自己争取而来。

芬妮·赫斯特曾带着成为一位名作家的梦想来到了纽约，可纽约给她的第一份礼物是失败。她寄出去的文章都被退了回来。

然而，她并没有就此放弃，仍旧怀着梦想不停地写作。她走遍了纽约的大街小巷，奔波于各个杂志社、出版社之间。

四年之后，她终于有一篇文章刊登在周六的晚报上，而这家报社曾经退了她36次稿。

因为她的努力，机遇之神开始眷顾她了。出版商开始络绎不绝地出入她家的大门；拍电影的人也发现了她，她的小说被改编搬上了屏幕。她开始一步步地向她的梦想靠近了。

努力拼搏是机遇降临的因素之一。如果一个人缺乏拼搏的恒心和毅力，在任何一个领域中都不会有突出的成就。所以在各种困难面前，我

们要无畏地奋斗，才能获得机会的垂青。

任何光明不是没有黑暗的时候，只是不被黑暗所掩灭；任何英雄不是没有卑弱的情操，而只是不被卑弱所征服。而是否能摆脱贫穷困境，抓到致富的良机，也就看你是否敢于拼搏了。

对机会充满耐心

虽然你是一个自信、自制并且有无限勇气的人，但你却无法耐心地坐上两个小时，机遇会垂青于你吗？或许，在你失去耐心的同时，你也失去了成功的机会。

耐心不是让你毫无意义地消磨时光，而是让你在做事情时能够坚持并且一丝不苟地做下去。

我们每天在城市里行色匆匆地走着，睁大双眼寻找成功的机会。然而机会并不是马上能摆在你的面前，它们需要耐心地挖掘。

我所认识的乔伊就是这样一个有韧性并且充满了耐心的人。

三年前，40 多岁的乔伊遭遇公司的裁员，失去了工作。从此一家 6 口人的生活全靠他一人外出打零工挣钱维持，全家经常是饥饿难耐。

为了有更好的发展，乔伊一边外出打工，一边到处求职，但却是四处碰壁。后来，他看中了离家不远的一家建筑公司，于是便向公司老板寄去了一封求职信，上面写道："请给我一份工作。"

这位底特律建筑公司的老板收到求职信后，让下属回信告诉乔伊"公司没有空缺"。但乔伊仍不死心，又给老板写了第二份求职信，内容不变，只是多加了一个"请"字。

此后，乔伊一天给公司写两封求职信，每封信都比前一封多加一个"请"字。

三年间，乔伊一共写了2500封信，即在2500个"请"字后是"给我一份工作"。最后，公司老板再也沉不住气了，亲笔给他回信："请立即

来公司面试。”面试时，老板告诉乔伊，公司里最适合他的工作是处理邮件，因为他“最有写信的耐心”。

耐心并不是我们每个人都可以做到的，尽管这看起来很容易。

人生其实是一个沙漏，上面装满了成千上万的沙粒。有的沙粒代表成功，有的沙粒代表机会，而有的则是不幸或苦难。可是它们只能一粒一粒缓慢地通过细细的瓶颈，任何人都没有办法让沙子同时通过瓶颈。

所以，当我们想要抓住机会时，必须处在一种自信、自控、耐心的状态中。无论生活如何转变，机会总会奖赏那些生活的强者。



五、行动第一

你为什么还没有成功？你一定也常问自己类似的问题："我有自己的目标，自己的计划，我甚至都知道我每天该做什么，为什么我还没有成功？"

我也想问你一个问题，那就是："你行动了吗？"要知道，目标是目标，计划是计划，如果你无法付诸行动，它们就全都是空中楼阁。

行动就是力量

罗斯福有一次谈到自己时说："我一生没有什么光辉而出色的事，大概除了一件事以外：我做我相信值得做的事……而当我决意要做一件事时，我便行动。"

是的，没有行动，取得成果是不可能的，行动就是力量，因为只有在做的过程中，你才能调整你的目标、发现自己的优劣势。

我的朋友乔治就是这样的人。他非常喜欢打猎和钓鱼，他最喜欢的生活是带着钓鱼竿和猎枪步行 50 英里到森林里，玩得筋疲力尽后再回来。

这类嗜好没什么不好，但唯一的不便是他是个保险推销员，而打猎钓鱼花费了太多时间。

有一天，当他依依不舍地离开湖边，准备打道回府时突发奇想：在这荒山野岭里会不会也有居民需要保险。这样他不就可以同时工作又在户外逍遥了吗？

结果他发现果真有这种人：他们是阿拉斯加铁路公司的员工。他们散居在沿线 50 英里各段铁轨的附近。那么他可不可以向这些铁路工作人员、猎人和淘金者拉保险呢？

乔治在想到这个主意的当天就开始了积极行动。他向一个旅行社打听清楚后，就开始整理行装。他不肯停下来让恐惧乘虚而入，他也不想找借口说明这个主意是荒唐的，他只是搭上船直接前往阿拉斯加。

乔治沿着铁路走了好几趟，那里的人都叫他“走路的乔治”，他成为那里与世隔绝的家庭中最受欢迎的人。

他一边和当地人积极地拉近关系，免费为他们理发和烹饪，一边做着自己想做的事：推销、打猎和钓鱼。

在人寿保险界，对于一年卖出100万元以上的人设有光荣的特别头衔，也就是进入“百万圆桌会议”。在乔治把突发的念头付诸实现的一年后，他就做成了百万美元的生意，赢得了“圆桌”上的一席之地。

马上行动，现在就去做。行动可以影响你成功致富过程中的每一步，它能让你抓住那宝贵的“一刹那”。

这个刹那一旦错过，很可能永远不会再碰到。请牢记这句话：现在就去做！

拖延无异于死亡

致富就如同“骑着一辆脚踏车，不是维持前进，就是翻覆在地”，所以行动第一，做任何事都不要拖延，工作时决不能把“踩车”的脚松下来。

如果一个人永远徘徊于两件事之间，对自己要做哪一件犹豫不决，他将会一件事情都做不成。

如果一个人原本做了决定，但在听到自己朋友的反对意见时犹豫不决，举棋不定——在一种意见和另一种意见、这个计划和那个计划之间跳来跳去，像风标一样摇摆不定，每一阵微风都能影响他。那么，这样的人在任何事情上都只能是一无所成，无论是举足轻重的大事还是微不足道的小事，概莫能外。

任何成功者都懂得这样的格言：“拖延无异于死亡。”

美国联合保险公司的创办人及现任总裁克莱门特·斯通就从他坎坷的创业路途中由衷地感慨：

“我相信‘行动第一’！这是我最大的资本，这种习惯使我的事业不断成长。你必须用心搜集事实，没有任何拖延的理由。行动是最重要的。”

你打算什么时候开始行动，去做那些你梦寐以求的事情呢？你还在等什么呢？

我们总是计划着未来的生活，但是如果我们不进行坚持不懈的努力，我们的意志会被消磨，创造力也将被摧毁。

立即行动，不要等待。

世界上没有白吃的午餐，好事也不会从天而降。因此，我们不能等待，我们应该马上去做，今天的事情今天一定要做完。

守株待兔的人是世界上最愚蠢的人，聪明的人会立即行动。

想好了就去做

由贫穷走向富裕需要的是把握机会，而机会是平等地铺在我们面前的一条通道。

具有过度安稳心理的人常常会失掉一次次获得财富的机会，所以人生就应当抓住稍纵即逝的机会。过度谨慎就会失去它。

当然，不是让你盲目地去做。虽然需要你审时度势，权衡利弊，但也不要过多地思考。

只要经过周密地思考后，就不要犹豫，立即行动。

世界船王奥纳西斯就是这样一位成功人士。

20 世纪 20 年代末 30 年代初，经济大萧条降临西方世界。生产过剩、物价暴跌，一片唉声叹气。然而天生一双慧眼的奥纳西斯认为这终究是短暂现象，世界经济必然会复苏。

这时，他听说加拿大国营铁路公司元气大伤，拍卖其产业。其中

6艘货船原价200万美元，如今只卖12万美元。

他认为这个价钱太便宜了，因为经济复苏之后，海上运输业必定繁荣，那时船价肯定会上涨。于是，他到加拿大买下了这6艘货船。

买下的前几年，这6艘船没有多少活干，人们都认为奥纳西斯干了一件很傻的事。但他并没有因此而动摇他的决心。不久后，第二次世界大战爆发。水上运输工具身价百倍，奥纳西斯发财了。

在“二战”时，他又添置了新船。到“二战”结束时，他已置身于拥有希腊“制海权”巨头的行列。

如果你活得过于仔细，你就可能错失良机。

速度就是优势

在社会竞争活动中，强手如林，人才济济。当机会到来时，很可能许多人同时发现它，几个竞争对手一同向一个目标前进。

这时，拖沓迟缓的人当然必败无疑了。这时是力量的角逐，智慧的竞争，更是速度的较量。究竟鹿死谁手，很大程度上取决于速度。

流水之所以能漂石，在速度；飞鸟之所以能捕杀鼠兔，在速度。有速度就有优势。

美国政府取消了电报公司的专利权之后，允许私人随便购买电话机，使美国800万个家庭及其他公私机构，成了电话机的潜在买主。

香港厂商听说美国电话机市场突然兴旺，闻风而动，将原来生产收音机、电子表的工厂迅速转产，生产电话机，迅速扑向美国电话机市场，结果出师大捷。

与香港厂商同时发现这一机会的还有许多公司，但他们的行动都慢了一步，被香港捷足先登，失去了主动权。

现代社会以快节奏、多变化为特点。每个人都在增加力量，提高速度。所以，在竞争中，若想处于不败之地，你就不能慢条斯理，而必须快速出击。

为此，对待机会，一要"注视"，仔细观察，认真思考，一旦发现，抓住不放；二是"速行"，就像一颗子弹在空气中的飞行一样，让人目所不及。

■做一个捷足先登者

当今世界为捷足先登者创造了有利的时机，而那些左顾右盼、犹豫观望的人，常常会错失良机。

铁路大王斯坦福就是因为捷足先登地铺设铁路，才获得了滚滚财富。

1968年5月10日下午2点时，UP铁路和CP铁路在犹他州的普罗蒙特利比丘陵上相接了，完成了划时代的壮举。

就在前五天的5月5日，斯坦福先生来过此地。他身穿黑色的燕尾服，手拿一顶丝质小礼帽，步履轻快地搭乘早上6点从萨克拉门多出发的"丘比特"号到了这里。

斯坦福一向很开朗，那天更是神采飞扬。在客车上，他和应邀前来的宾客——亚利桑那州州长、加州最高法院首席检察官，以及众多的亲友们一边喝酒，一边闲聊。

当火车越过内华达山的时候，时间已过了正午，大家都举杯向他道贺，"恭喜"之声不绝于耳。

5月8日，犹他州的普罗蒙特利与CP铁路相接的时刻即将来临了。

由于修正法中没有明确规定CP铁路与UP铁路的会合点，因此CP铁路在横贯内华达州后，又继续前往到了里诺、华兹华斯。

在此同时，UP铁路在完成韦伯溪谷的五个艰巨工程后，又折返到耶可高地，并动员摩门教徒，率先赶往犹他州的沙漠地带进行施工。

在那时候，定居法还没有制订。如果有一方将路线延长，哪怕只有1英里，这也将毫无疑问地引起政府贷款和沿线土地的激烈争夺。

为此，当局立即派遣铁路委员前往当地调查了解情况，最后做出这

样的决定：

“会合地点在犹他州的普罗蒙特利。”

史特罗布利吉接受斯坦福的秘密派遣，越过大盆湖前的耶可高地，到达瓦萨奇山麓。当发现CP铁路已在瓦萨奇山麓开凿了长达722英尺的隧道时，斯坦福立即采取措施，与摩门教会的布利翰·杨格签订条约，委托他们进行湖畔的填平工程。

然而，这个消息不胫而走。UP铁路也马上采取措施，立即在耶可高地以西大约有160英里的地方开始打地基；地基虽然没有铺轨，然而在蒙罗蒙特利会合前，早就完成了两条并行的轨道。

在生活中，虽然有的人终日勤勤恳恳，忙忙碌碌，但成绩却总是平平。其原因就是不善于把事情做在别人的前面。

既然你有了目标与行动，何不做一个捷足先登者呢？

加快你的步伐

观察一下四周，你就会发现每个人都在加快自己的步伐。既然大家都在追求快速，那么，只要你能快速地满足别人的需求，你就会站在时代的前端。

达美乐比萨店就是最明显的一个好例子。该连锁企业的创始人摩纳翰，就是一个看出这种时代需求的成功者。

他不但提供比萨送到家服务，还保证配送的速度。如果配送时间超过30分钟则保证退还3美元。以这种保证、速度加上便利就提升了品质，成为达美乐比萨的事业基石。

当别家比萨店还在绞尽脑汁地想着达美乐如何做到如此迅速的配送时，它已在顾客心中留下了深刻的印象。结果20世纪80年代初期仍寂寂无名的达美乐比萨连锁店，今天已经纵身一跃，成为全美第二大比萨连锁店。

另一个例子是包裹递送业。1976年，美国联邦快递公司以保证隔

夜送货到家的举措，在美国包裹递送业掀起了一场革命。

28 岁的史密斯从海军陆战队退役下来后，在阿肯色州小石城经营自家的空运公司。每天都不断有来自不同领域的企业包租他的飞机，以求快速递送货品。史密斯逐渐意识到这是一个与日俱增的需求，因而创造出崭新的市场。

联邦快递公司最初给顾客到货时间的承诺是次日中午。由于该公司不断开拓自己在速度上的优势，1982 年，面对愈来愈多的竞争对手，联邦快速公司提高赌注为次日上午 10 点半准时到货。1985 年，该快递公司再次独创包裹条码系统。只要顾客要求，可以在 30 分钟内查出包裹此刻的下落。

联邦快递公司总是不断地加快自己的步伐，同时也带领了整个包裹递送业迈向另一个新局面。



工作是通向财富之路

成功的起点就是工作，如果你没有工作，也就得不到属于你的那份财富。

要热爱自己的工作，因为工作是通向健康和财富之路，它可以使我们一步步地向上走。

全世界的普通记录是每周卖7辆车，而我每天就可以卖出6辆。并没有什么秘密可言。如果非要说是秘密的话，那就是我深深地深爱着推销工作。

一、选择适合自己的工作

我曾问过一个神情沮丧的人是做什么的，那个人说他是推销员。我告诉他："推销员怎么能是这种状态呢？如果你是医生，你的病人可能会杀了你，因为你的状态很可怕。"

后来在交谈中，我了解到他原来一心想做的是木匠，由于怕别人的嘲笑才勉强来做推销的。

我告诉他："去吧，去做你喜欢的工作吧，因为那是真正适合你的。"后来，当我再次碰到这个人时，他变得开朗而快乐，并且已成为了顶极的手工木匠。

减低对生活的赌注

在生活中，你总会做出各种决定。你的决定也许是对的，也许是错的，但都关系不大，因为你只要把握生命中最重要的决定就行了。

这项最重大的决定就是：你到底想干什么？你是要做一名农夫、邮差、化学家、森林管理员、速记员、兽医、大学教授，或是你想摆牛肉饼摊子？

不要小看这个决定，因为它将深深地改变你的一生。这一决定对你的幸福、你的收入和你的健康都有着深远的影响。这一决定可能造就你，也可能毁灭你。

生活就像赌注，我们每个人都像赌徒，以我们的精力和时间做赌注。为了减低这种赌注，让更多的筹码握在我们手中，首要的事情就是选择一份适合我们发展的工作。

艾得娜·卡尔夫人曾为杜邦公司雇佣过数千名员工，现在是美国家庭产品公司的工业关系副总经理。她就说过：

"我认为，世界上最大的悲剧就是有那么多的年轻人从来没有发现他们真正想做些什么。我想，一个人若只从他的工作中获得薪水，而其他一无所得，那真是太可怜了。"

卡尔夫人说，甚至有一些大学毕业生跑到她那儿说："我得到达茅斯大学学位，你的公司里有没有合适我的职位？"他们甚至不知道自己能够做些什么，也不知道希望做些什么。

这就是为什么有那么多人在开始时野心勃勃，充满玫瑰般的美梦，但到了40岁以后，却一事无成，痛苦沮丧，甚至精神崩溃的原因了。

我最近曾和柯哥尼石油公司的人事经理保罗·波恩畅谈了一晚。他在过去的二十年当中，至少接见了7.5万名求职者。

我问他："现在的年轻人求职时所犯的最大错误是什么？"

"他们不知道自己想干些什么"，他说，"这真是叫人十分惊骇。一

个人花在选购一件穿几年就会破损的衣服上的心思，竟远比选择一件关系将来命运的工作要多得多，而他将来的全部幸福和安宁都决定在这件工作上。”

选择你喜欢的工作

除非你根本不喜欢任何工作，那么就按照自己的意愿选择你喜欢的工作。

如果你喜欢从事木工工作，那么你就做一个木匠；如果你喜欢从事医学工作，那么你就做一个医生。坚持自己的选择并进行不懈的努力，就一定能够成功。

按照其家人的意愿，伽利略要被培养成一名医生，但是当他被逼着去研究解剖学和生理学时，他把欧几里得和阿基米得藏了起来，并默默地钻研出许多深奥问题的答案。

当他对比萨大教堂里的灯的挂杆进行研究，并得出了关于钟摆的规律时，他才 18 岁。

他不仅发明了望远镜，还发明了显微镜，在宏观和微观两个层次上开阔了人们的视野。

要选择自己喜欢的工作。这样一来，你不仅会拥有一份得心应手的工作，还可以充分发挥已有的知识和技能，而这才是最有效地利用你自己的资本。

不管你喜欢什么，都要顺其自然。永远不要丢开自己天赋的优势和才能。顺其自然就会成功，否则，无异于南辕北辙，结果就会一事无成。

坚持你自己的选择

就像建造房子一样，如果基础的质量差，那么无论你在其他部分花多少钱，花多少工夫，都无济于事。更糟糕的是你会慢慢开始对你的房

子不满意。

选择一份不好的职业，你也会慢慢地变得不喜欢它。为什么只有很少的人喜欢自己的工作呢？就因为他们没有坚持自己的选择。

你父母是否对你说过，你应该上大学，选择一个能提高你社会地位的职业？也许，他们并没有说得那么明确，但终归是要表达这个意思。他们认为，适合于一位大学毕业生的工作应当是每天都穿着西装领带上班。

因此，有不少的年轻人因为不假思索地模仿他们卓有成就的父母而成为平庸的员工。美国的大学毕业生中有42%的人是学法律的，这难道不是荒谬的吗？

不必怀疑你自己的选择，真正的成功在于出色地履行自己的职责，扮演好自己的角色，这一点是每一个人都能够做到的。做一个一流的搬运工也要比做一个二流的其他角色要强。

菲尔·强森的父亲开了一家洗衣店，他把儿子叫到店中工作，希望他将来能接管这家洗衣店。

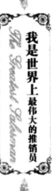
但菲尔痛恨洗衣店的工作，所以整天十分懒散，提不起精神，只做些不得不做的工作。为此，他的父亲十分伤心，认为养了一个没有良心并不求上进的儿子，使他在员工的面前深觉丢脸。

有一天，菲尔告诉他父亲，他希望做个机械工人——到一家机械厂工作。什么？一切又从头开始？这位老人十分惊讶，也十分不理解。

不过，菲尔还是坚持自己的意见。他穿上油腻的粗布工作服，从事比洗衣店更为辛苦的工作，工作的时间更长，但他竟然快乐地在工作中吹起口哨来。

他选修工程学课程，研究引擎，装置机械。在他去世以前，他已成为了波音飞机公司的总裁，并且制造出“空中飞行堡垒”的轰炸机，帮助盟国军队赢得了世界大战。

如果他当年留在洗衣店的话，他和洗衣店——尤其是他的父亲去世



后，究竟会变成什么样子呢？根据菲尔当时的状态来说，整个洗衣店不是惨淡经营，就会面临破产。

即使会引起家庭纠纷，但我仍然要奉劝年轻朋友们：不要只因为你家人希望你那么做，就勉强从事某一行业。不要因为你的父亲曾经在这一领域获得了很高的名望，或者你的母亲希望你这样做而去做。

不要贸然从事某一行业，除非你喜欢。不过，你仍然要仔细考虑父母所给你的劝告，他们的年纪可能比你大一倍，他们已获得了从众多经验及过去岁月中才能得到的智慧。

然而，要记住，在最后关头，你必须自己做决定。因为将来工作时，快乐或悲哀的是你自己。

从事多种选择

每个正常的人，都可以在多项职业上获得成功。相对地，每个正常的人，也可能在多项职业上失败。

只有极少数人在没有经历过挫折和痛苦的情况下，就找到了适合自己天赋的工作。以我自己为例，我曾经做过擦皮鞋工、报童、洗碗工、送货员、电炉装配工和住宅建筑承包商等，在经历了无数次失败后，才找到了适合我所从事的推销工作。

所以，我们都在寻找适合自己工作的道路上徘徊不已，不知道自己适合的工作在哪里。

然而，只要我们忠实地对待身边的工作和日常职责，积累每一次工作的经验，我们终会找到让我们的天赋大放光彩的职业。

丹尼尔·笛福在创作他的名著《鲁滨逊漂流记》前，曾经当过小商贩、士兵、商人、秘书、工厂经理、会计、侍者，以及几本不同图书的作者。

鸟类学家威尔逊在真正找到自己的职位以前，曾经在五个不同的职业上失败过。

斯图尔特以前为各部部长做研究，后来成为了一名教师。由于一个偶然的机会，他最终找到了真正适合自己的职业——做一个商人。

事情的起因是这样的：他曾经借给一位朋友一笔钱，而他朋友的生意面临破产的危险。于是，他的朋友坚持要把他的商店送给斯图尔特作为那笔钱的赔偿，而斯图尔特别无选择。

同样的道理，如果加菲尔德以前没有做过热心的教师、负责任的士兵、忠诚的政治家，他也不会成为美国总统。

无论是林肯还是格兰特，都不是从婴儿时就有入主白宫的早熟特征或驾驭人们的天赋的。因此，没有人会因为自己在摇篮里没有收到巨大礼物的馈赠而感到失望。

而你目前的任务，就是尽力做好每一件手头的工作，并且按照你的天赋所指引的方向抓住每一个重大的机会，从而使自己不断进步。

考虑你所学的课程

虽然，几乎没有一个大学毕业生后来的成功从严格意义上来说是直接得益于学校教育的，但你所学的课程会对你的职业有所帮助。

史密斯先生从事五金生意——他拥有并经营着相当有效益的五金连锁商店。在大学，有关五金方面的生意可以学些什么呢？这要看学生的学习方向。

假如你在大学时就知道自己应该如何为未来的工作生活做准备，那么你就有了目标和行动路线。你会知道你为什么要上大学，你大学毕业后要做什么。这样，你就会认真对待大学的学习，选择对你的未来事业有用的课程。

这样，你就会按照心中的主要目标来看待每一门课程："这些知识对我未来所选择的职业有用吗？"

乔·史密斯在大学三年级学习各门课程的过程中，成为有关知识和观点的收集者。对大多数学生来说，很少有人具有如此明确的职业目

标，因而他们的行为也不可能有明确的目标导向。

乔在上大学的时候，他生活上的一些变化使他成为一名收集者。他开始学习商学院中对他经营五金有帮助的课程。每学一门课，他都要问自己：

"在这门课中，什么概念能有助于我更有效地经营呢?"

乔的父亲曾经在一家五金商店当一名营业员，后来自己也开过一家小型五金商店。乔从不关心他父亲的生意。他父亲相信，他儿子的大学文凭足以使他获得成功，并且设想，他儿子一旦有了文凭就自然有能力做好五金生意。

他父亲经常告诉他："乔，我要你考上大学……学习怎样做生意，以便使我们能获得成功。"

起初，乔并不是一个好学生。他的确对读书没有很大的兴趣，也没想过要把读书与做五金生意联系在一起。

大学二年级的暑假，乔的父亲去世了。乔觉得应当继承他父亲的生意，并且他还想实现他父亲希望家里有大学毕业生的愿望。

"所以我继续上大学……完成了四年学业……同时，也把五金生意做了下去。"

当时，五金生意在乔·史密斯的手中起伏不定。一个 21 岁的年轻人既要做生意又要养家，担心和不幸成了他最大的推动力。他在学校读书的时候总是问自己同样的问题："我应该学什么呢……什么才能对我的生意有帮助呢……我还是学了……并且毕业了。"

乔在大学高年级时成了一名知识的收集者。那个时候，他开始重视他的会计课和有关的经济类课程。后来，他在学习中还写了许多短文和报告。

乔成了他班上全 A 的学生，并以最优异的成绩毕业。他远不只是继承了父亲的生意——他还把它变成了该地区效益最好的五金零售企业。

选择你熟悉的行业

当你对自己的工作实在无法做出选择时，那就选择你最熟悉的行业。

选择自己不熟悉的行业，会让你付出多于10倍的精力和物力，而所获得的财富却只是你投入的1/10。所以，想要尽快赚取自己的第一个100万元就一定要做自己最了解的行业。

伯特和沃迪是两个年轻美国人，他们从同一所机械大学毕业后，就合伙在纽约开办了一间汽车修配厂，生意做得相当成功。

然而，时间一长，他们感到有点腻了。不久，两人干脆卖掉汽车修配厂，然后去了迈阿密。

两人发现自从房地产建筑热在此兴起之后，一直长盛不衰，感到“混凝土预制件”这种生意有利可图，于是把一家研制这种建筑材料的工厂股权买了下来。

可是，他们两人都是建筑行业的“门外汉”，既不懂建筑，也不懂施工，工厂亏损严重。最后他们又只好忍痛把该厂的股权全部出让，回过头来重新开办汽车修配厂。

当然，也有人通过转行获得了很大的成功，但也是由于他的兴趣所在，而且他已通过自己的刻苦钻研学到了该行业的专业知识。

闭上眼睛仔细想一想，各行各业赚钱的主因都在熟悉。熟悉一个行业到一定程度，研究它的规律，具备比较熟悉的业务关系和一定量的资金，你就可以有较好的发展了。

当然，对某一个行业熟悉起来不是一朝一夕的事，你不可能生来就对某种行业了如指掌。这需要你在生活、学习、工作中不断累积，不断寻找与发现，一旦找准了就马上采取行动。



二、对工作充满热爱

美国前第一夫人埃莉诺·罗斯福曾经说过：“没有得到你的同意，任何人也无法让你感到自惭形秽”。

当有人问起我的职业，听到答案后对此不屑一顾：你是卖汽车的。我却对他说：“我就是一个推销员，我热爱我做的工作。”

如果我们把自己看得低人一等，那么我们在别人眼里也就真的低人一等。所以，无论我们从事什么样的工作，我们都要热爱它。

喜欢你的工作

有一次，我请教大卫·古里奇，成功的第一要素是什么？他回答说：“喜欢你的工作。如果你喜欢你所从事的工作，工作就反倒像是游戏了。”

爱迪生就是一个好例子。这位未曾进过学校的送报童，后来却使美国的工业完全改观。

爱迪生几乎每天在他的实验室里辛苦工作 18 小时，在那里吃饭、睡觉，但他丝毫不以为苦。“我一生中从未做过一天工作，”他宣称，“我每天都乐趣无穷。”

用严肃而诚实的态度自问：工作中有什么成分是我们无论如何不可少的？不是我们认为“应该”具备，或别人告诉我们的，而是我们内心深处真正需要，可以使我们快乐而有效率地工作的因素。

想想看，如果我们真正“享受”工作的乐趣——享受得就像玩乐一样——会是怎样的情景。

在考虑可能的出路时，我们常常会忽略一些方面，就是乐趣、嗜好、消遣等。我们总是告诉自己：工作是严肃的，和玩乐是两回事。

然而，当你从内心中真正热爱你的工作时，原本是枯燥无味、毫无乐趣的职业，也会出现新的意义。

把乐趣融入工作中

许多人都认为工作就是工作，毫无乐趣可言，所以他们不喜爱自己的工作。

这种观念需要改变，工作中也应该拥有创造的乐趣。如果我们觉得自己在嗜好或玩乐中最有创造力，那么为什么不看看这方面能否提供工作的灵感呢？

有一位大公司的主管年近 60 岁时被解雇，他发现自己实际上再也无法在传统的大公司圈子里找到工作了。

当我问到他有什么嗜好时，他不以为然地回答打高尔夫球和园艺是他酷爱的嗜好，但是他看不出这与他找工作的难题有什么关系。

我说服他去上了几节园艺方面的课程，如今这位前大公司主管开设了高尔夫球训练场。他和过去在大公司上班时常去打球的两家高尔夫球俱乐部签订了合约。他承认这个工作“感觉上不像工作”。

温内斯基的父亲是雕塑家，母亲是室内设计家。这个年轻的儿子在大学二年级时辍学，感觉自己一败涂地。

在他的想象世界中，成绩优异是一个人最高的荣耀。然而，由于温内斯基深深憎恶学校，所以已经从欢乐的旋转木马上下来，被摒弃于成功之外。

温内斯基虽然有艺术家的禀赋，却并没有追随双亲的道路。他对在大公司上班也没有兴趣，因为他的自由精神太不适合那个环境了。再回学校接受任何训练也是不可思议的。

在温内斯基的想法中，他既无一技之长，也没有选择的机会。

然而，温内斯基从小就喜爱烹饪。其他小孩聚在一起都点意大利饼吃，但是温内斯基为他十几岁朋友准备的晚餐第一道菜却是芥末芹菜。

除了口味精致外，他还有艺术家的眼光，总是小题大做地捧出他钟爱的盘碟。

有一天，温内斯基家的一个朋友建议他去做厨师。刚开始他嗤之以鼻——他自然而然就会做的事情，值得当作事业吗？

但是后来他开始认真考虑这个主意。他能想象自己戴着白帽的厨师模样吗？不行，他告诉自己，从来没有一个从知识分子家庭出身的人会去做厨师的。

温内斯基家的这位朋友明白温内斯基需要一个榜样，正好他认识一位年轻的餐厅老板，开了一家全城最红的新餐厅。

这个年轻人和温内斯基一样，出生于世家却在学校表现平平，他换过许多职业，最后在法国一家餐厅做腌渍厨师，才发现了自己的专长。

温内斯基花了一个下午的时间和餐厅老板在一起，并且参观了他闪亮的厨房，终于找到了自己的榜样。

同样，史班利在拿到哈佛商学院企业管理学位后，却辞去大公司的职务，追求在唱片公司歌唱的生涯。这是他素来喜爱、却一直不敢认真去考虑的工作。

换句话说，把你的乐趣融入工作中，在玩乐方面也可以提供工作的构想。

对那些缺乏高分析能力的人来说，凭自己的爱好精心选择职业，并投入巨大的热情，足以弥补他们的不足。

唤醒你对工作的热忱

一个热忱的人，无论是在挖土，或者经营大公司，都会认为自己的工作是一项神圣的天职，并怀着高度的兴趣。

对自己的工作热忱的人，不论工作有多少困难，或需要多少的努力，始终会用不急不躁的态度去进行。只要抱着这种态度，任何人一定会成功，一定会达到目标。

把热忱和你的工作混合在一起，那么，你的工作将不会显得很辛苦或单调。

热忱会使你的整个身体充满活力，使人只需在睡眠时间不到一半的情况下，工作量达到平时的2倍或3倍，而且不会觉得疲倦。

热忱并不是一个空洞的名词，它是一种重要的力量。你可以予以利用，使自己获得好处。没有了它，你就像一个已经没有电的电池。

热忱是股伟大的力量，你可以利用它来补充你身体的精力，并培养出一种坚强的个性。有些人很幸运的天生就拥有热忱，其他人却必须努力才能获得。

发挥出热忱的过程十分简单。首先，从事你最喜欢的工作，或提供你最喜欢的服务。

如果你目前无法从事你最喜欢的工作，那么，你也可以选择另一项十分有效的方法。那就是把将来从事你最喜欢的这项工作，当作是你的明确的目标。

缺乏资金以及其他许多种你无法当即予以克服的环境因素，可能迫使你从事你所不喜欢的工作。但没有人能够阻止你在自己的脑海中决定你一生中明确的目标，也没有任何人能够阻止你将这个目标变成事实，更没有任何人能够阻止你把热忱注入你的计划之中。

相信热爱就会有回报

只要你从现在开始热爱你的工作，就会得到让你惊奇的效果。不信是吗？那么让我们来看看热爱所带来的作用。

假设你现在失业了，需要一份收入来养家糊口。于是你决定摆个摊子卖热狗。显然的，你希望能从中获利。

从一开始，你就应该避免这种失败者的态度：认为自己失去工作，也找不到另一家愿意雇用你的公司，才沦落到此。反之，你该找一个积极的理由，来鼓舞自己和家人。把你的企图告诉家人和朋友，并解释你

这样全力投入的原因。

不要耻于说出自己的梦想。大胆一点！有远大的梦想并不是罪恶。但是，你也该为与你共事的人想想，考虑到他们的利益。

在你开始想象并让梦想飞驰时，以事实为着眼点是很重要的。你必须立下特定的目标，想象达到目标的种种过程。例如，你可能想到买一部二手货车，并动手改装成活动的热狗摊；想到用瓦斯来烹调热狗，并装个饮料机。

然后，你就上路了，前往几个最适于营业的地点。是大学宿舍旁？建筑工地？还是很多人用餐的地方？你必须亲自去看一看，并注意附近的交通。

也要考虑到所有潜在的不利因素和困难。万一下雨了、车子抛锚了、热狗不受人欢迎、货源不足等，怎么办？要是供应商无法把货送来呢？若出现了竞争者，要如何？

针对以上种种情况思考，想出个解决之道。这样一来，你就能更坚强，以后遭遇到问题时，才有勇气去面对。

想出创新的方法来避免危险，并拉拢客人来买你的热狗。这是你日夜都可以做的事。

每天，甚至一两个月不断地计划……然后，你就能“预见”自己每天能卖出多少热狗，收入和支出多少。把雨天和假日的营业收入打个折扣，来计算收益，好像你在经营企业一般。

你的企业发展，像一部电影，在你的眼前显现。于是，你感觉到由内在升起一股信心，使得计划成功。你也开始对未来乐观起来。这时，就是你要成功的时候了。

一旦开始了，就要有决心和毅力坚持下去。不到成功，绝不罢休。

热忱减少碰壁的次数

热忱是最有效的工作方式。如果你能够让人们相信你所说的确实是

你自己真实感觉到的，那么即使你有很多缺点别人也会原谅的。

“十分钱连锁商店”的创办人查尔斯·华尔渥兹也说过：“只有对工作毫无热忱的人才会到处碰壁。”因为，对任何事都充满热忱的人，做任何事都会成功。

当然，这是不能一概而论的，例如一个对音乐毫无才气的人，不论如何热忱和努力，都不可能变成一位音乐界的名家。

但凡是具有必需的才气，有着可能实现的目标，并且具有极大热忱的人，做任何事都会有所收获，不论物质上或精神上都是一样。

我从事推销已经二十几年了，我见到许多人，由于对工作抱着热忱的态度，使他们的收入成倍数地增加起来。我也见到另一些人，由于缺乏热忱而走投无路。

我深信热忱的态度是做任何事必须的条件，它能帮助我们克服各种困难。

我们都应该深信此点。任何人，只要具备这个条件，都能获得成功，他的事业，也必会飞黄腾达。

我们大部分人都是半醒半睡地生活着。为什么你不在每天早上对自己说：“我爱我的工作，我将要把我的能力完全发挥出来。我很高兴这样活着——我今天将要百分之百地活着。”

我们虽然没有办法控制自己的工作环境，但是我们可以尝试改变对工作的态度，以刺激自己更有创造力的思考和生活。

如果你希望自己散发出热忱，就让自己多处于对生活充满活力的朋友们的影响之中。



三、集中精力工作

无论做什么，不管是学习、工作还是游戏，对每件事情都要全身心地投入。

最伟大的人是那些目标明确、集中精力、全力以赴的人，他们一锤又一锤地敲打着同一个地方，直到实现自己的愿望。

即使是最弱小的生命，一旦把全部精力集中到一个目标上也会有所成就；而最强大的生命如果把精力分散开来，最后也将一事无成。

工作要专一

任何一种工作的成效都取决于心态的专一，这是唯一有效并经得起考验的方法。

生活中，之所以有许多人最终无法实现少年时代的梦想，原因就是他们同时涉足了太多的领域，由此难免会分散精力，这就阻碍了他们的进步，使得他们最终一事无成。

他们没有采取一种更明智的做法，集中心态于某一个领域，咬定青山不放松，最终成为该领域所向无敌的行家里手；相反，他们选择了很多领域成为三脚猫似的人物，他们四处出击，什么东西都有所涉猎，却又都是浮光掠影、浅尝辄止，最终只懂得一点皮毛。

那些同时有着很多目标、精力分散的人会很快地耗尽他们的精力。随着精力的耗尽，随之而来的就是原先雄心壮志的消磨。

永远不要抱着投机的态度来工作，这种工作态度只能导致一无所获。

有人曾问过我，整日里如此忙碌，怎么还有这么多时间来从事对其他学术的研究。而我的回答是："我之所以能做到这一点，是因为我从

来不同时做好几件事情。”

一个能从容自若地安排好工作的人肯定不会让自己过于劳累；换句话说，如果他在今天疲于奔命的话，那么随之而来的必定是疲劳和困乏，这样的话，他明天就不得不减慢工作节奏，所以结果就是得不偿失。

最好能在同一个职业上待下去，因为所有的工作都会有问题，明天不会比今天好多少。但是，如果你频频跳槽，情况会变得更糟。

一次只做一件事。以种树为例，从种下去、精心呵护，到它慢慢长大，就会给你回报。你在那里呆得越久，树就会越大，回报也就越多。

专心在于控制

我的一位朋友发现他自己患了一般人所说的“健忘症”。他变得心不在焉，记不住任何事情。

他对我说：“我已经 50 岁了。十年来，我一直在一家大工厂担任某个部门的经理。起初我的职务很轻松。接着，公司迅速扩大业务，使我增加了额外的责任。我那一部门的几位年轻人已经表现出不寻常的精力与能力——他们之中至少有一位企图取得我的职位。

“像我这种年龄的人大都希望过舒适的生活，而且，我在公司已服务过很长的一段岁月了。因此，我觉得我可以轻轻松松地工作，安心地在公司待下去。但这种心理态度几乎使我失掉了职位。

“大约两年前，我开始注意到我‘专心’工作的能力已经衰退了，我的工作变得令我心烦。我忘记处理信件，直到后来桌上的信件堆积如山。各种报告也被我积压下来，我人虽坐在办公桌前，但脑中却想着别处。其他的情况也都显示出我的心思并没有放在工作上。我忘了参加公司一个重要的主管会议。我手下的职员发现我在估计货物时犯了一个很严重的错误。

“对于这些情况我真是惊讶万分。于是我请了一个星期的假，希望

把这种情形好好地想一想。我发现我缺乏'专心'工作的力量，我在办公室的身体及心理活动变得散漫无目的。我做事漫不经心，懒懒散散，粗心大意，这完全都是因为我的思想没有放在工作上的缘故。我在满意地诊断出我的毛病之后，就开始寻求补救之道。我需要培养出一套全新的工作习惯，我决心要达到这个目标。

"我拿出纸笔，写下我一天的工作计划：首先，处理早上的信件，然后，填写表格、口授信件、召集部属开会、处理各项工作。每天下班前，先把办公桌收拾干净，然后离开办公室。我回去上班后，立即把我的新工作计划付诸实施。我每天以同样的兴趣从事相同的工作，而且尽可能地在每天的同一时间内进行相同的工作。当我发现我的思想又开始想到别处时，我立刻把它叫了回来。利用我的意志力所创造出的一种心理的刺激力量，使我不断地在培养习惯方面获得进步。后来，我发现，我每天虽然做同样的事情，但却感到很愉快。这时，我知道我已经成功了。"

由此可见，要做到专心工作本身并没有什么神奇，只是控制注意力而已。

一次只做一件事

一次只专心地做一件事，全身心地投入并积极地希望它成功，这样你在心理上就不会感到筋疲力尽。

不要让你的思维转到别的事情、别的需要或别的想法上去。专心于你已经决定去做的那个重要目标上，放弃其他所有的事。

把你需要做的事想象成是一大排抽屉中的一个小抽屉。你的工作只是一次拉开一个抽屉，令人满意地完成抽屉内的工作，然后将抽屉推回去。

不要总想着所有的抽屉，将精力集中于你自己打开的那个抽屉。一旦你把一个抽屉推回去了，就不要再去想它。

了解你的每次任务中所需担负的责任，了解你的极限。如果把自己弄得筋疲力尽和失去控制，就是在浪费你的效率、健康和快乐。

有人曾问过爱迪生："成功的第一要素是什么？"

爱迪生说："能够将你身体与心智的能量锲而不舍地运用在同一个问题上而不会厌倦的能力……你整天都在做事，不是吗？每个人都是。

"假如你每天早上7点起床，晚上11点睡觉，你做事就做了整整16个小时。对大多数人而言，他们肯定是一直在做一些事。唯一的问题是他们做很多很多事，而我只做一件。

"假如你们将这些时间运用在一个方向、一个目的上，你们也会同样的成功。"

选择最重要的事先做，把其他的事放在一边。做得少一点，做得好一点，你就会从工作中得到更多的快乐。

随时保持头脑的冷静

你是否有时会觉得你的头在旋转而无法集中注意力，无法正确地思考问题，甚至感到无法自控，困惑不安？

如果你需要清晰的思路来帮助你取得你所期望的结果，你可以选择使自己的头脑冷静下来，集中自己的注意力，每天都清晰地思考问题。

如果你的思维不可控制地转移到那些令人分散注意力或使人苦恼的事上，说明你并没有把你的注意力集中于你手头的工作上，你的大脑在想一些其他的事情。

这些令人分散注意力、产生压力的想法会使你难以集中精力，从而产生错位的观念，做出错误的决定，无法干好工作。

选择使头脑冷静下来，帮助你清除大脑中产生压力的想法。制止分散注意力的交谈，并且使你重新得到对自身大脑的控制。

无论如何，你只要把注意力集中到手头上事情的，就能放松自己，你的思维就会专心下来，清晰起来。

如果你每天一开始就能使自己心情平静，注意力集中，并在一整天内都能保持冷静、沉着、有自控力，你会很高兴地看到你拥有清晰的头脑。这样你就能清晰地、富有创造力地思考问题，从而变得更有效率，更富有成果。

一旦你感到大脑有点僵化，不能很好地思考问题或不能集中注意力时，停止你手中的工作，让大脑得到片刻休息。

站起来，走一会儿，喝杯水，跟别人交谈几句，坐在一张舒适的椅子里，看一些有趣的读物，呼吸一些新鲜空气，或者躲到一个安静的地方，参加一项与你的工作毫不相干的活动，让你的大脑完全沉浸在轻松有趣的活动之中。

这么做能打断精神压力慢慢积聚起来的危险过程，缓和大脑的紧张程度，恢复你的大脑能力。

如果你经常坐在办公桌旁，只要靠在椅背上，闭上眼睛，慢慢地做几下深呼吸，或找空当活动活动。在办公桌电话机旁有多种简单的健身运动可做，在午后做几分钟，就能缓减压力、放松肌肉、精神焕发、恢复体力。

一旦你感到精神上有压力，赶快采取这些措施，不要一直等到午餐时，一直等到回家，更不要等到周末。

四、视挫折为挑战

生活的道路并不是平坦无坷的，在工作中尤其是如此。

挫折和失败是大自然的计划，它经由这些挫折来考验我们，使我们能够获得充分的准备，以便进行我们的工作。

挫折是对我们的严格考验，它借此烧掉了我们心中的残渣，使我们心中的“金属”因此而变得纯净，使它可以经得起严格的考验。

我们需要记住的是：命运之轮在不断地旋转。如果它今天带给我们的是悲哀，明天它就会为我们带来喜悦。

你遇到烦恼了吗

你是否有过这样的经历和体会：

“过去我一直充满自信，精力充沛，富有理想。但是自从工作上出现挫折时，所有这些全变了。

“我感到疲惫不堪，心情沮丧，只能干一些日常琐事。对过去的工作失去了兴趣，一切事情都令我不快。

“更让人烦恼的是回到家里时还担心自己的工作和外在的行为表现。所有这些无法从我的脑海里驱走，这让我如此的心烦意乱以致不想见任何一个人。

“有时我感到自己是得了严重的疾病，并且几个月来天天失眠。我真是无法理解自己怎么会变成这个样子，也不知如何是好。”

当你有类似的烦恼时，说明你面对工作上的挫折已产生了绝望和焦虑。

如果你的注意力一直集中在工作危机的负面影响上，你会长期的处于烦躁不安和紧张的状态下，这种状态会不断地消耗你的精力，使你疲惫不堪，从而无法处理好各种麻烦。

在这种时候，你一定要放松。认真想一想：事情真的糟到无法补救了吗？我是不是把挫折夸大化了？

现在制定一个计划，以应付最糟糕的情况。如果你能应付，就会有信心处理你现在的焦虑了。

请思考一下，自己所拥有的资本和应付的技巧，以及过去成功应付挫折的经验。考虑自己会如何改变这个困难的情境，或改变对这个困难情况的看法。

还要考虑，你可以从他人那里得到什么样的帮助？可以从家庭、朋友或专家那里获得什么建议？获得什么支持？同样，你可能会发现得到他人的建议和支持是非常有用的。

攀登者的启示

生活就如同一座巨大威慑的山峰，其中的各种险峻就如同生活中的各种挫折。要成为生活的强者，就要做一个不断向上攀登的人，绝不能够半途而废。

攀登者明白许多不同的奖赏和收获，但他们注重的是长时效的收益，而不是短期收益。他们知道现在每向前跨一小步，向上攀登哪怕一点距离，在日后都会给他们带来很大的收获。

这与半途而废者是完全不同的。攀登者是把满足放在了将来，而不像半途而废者仅仅对现有满足，并不敢去面对未来的可能性。攀登者从来都是勇敢地面对挑战。

像威勒斯在珠穆朗玛峰上一样，攀登者们都是坚持不懈的、固执的并且也具有极强的体力和恢复能力。他们在进取中不断排除障碍，找寻向上的道路。

如果他们到了一个绝对无法把握的地方或者走到一条死路上，他们的方法很简单，就是原路回来。当他们累了，无法再向前跨上一步，他们仍然给自己施加很大的压力。

“放弃”不属于攀登者的词语，他们是离放弃最远的人。他们具有

成熟性以及理解偶尔的后退不过是为了更好地前进这一哲理。

他们拥有深刻的智慧，当然明白失败是进取的自然的一部分。攀登者并不是蛮干的，他们那种勇敢的生活无不充满着真正的勇气和科学性。

当然，攀登者也是平凡的人。有些时候，他们也会感到厌倦或担心，他们可能会怀疑或者感到孤独，受到伤害。他们也会对自己的行为提出了疑问，怀疑自己的挑战。

有时，你会看到他们与半途而废者混在一起。然而他们之间不同的是攀登者正在积蓄力量，等待重新恢复活力，并将开始新的攀登；而半途而废者是不会再去攀登的，他们希望自己就待在这儿，呆在原地。

你能听到攀登者说"立即干"、"做得最好"、"尽你全力"、"总有办法"、"没有做并不意味着不能做"、"现在就行动"。这些都是攀登者热爱的语言。

他们是真正的行动者，他们总是要求行动，追求行动的结果，他们的语言恰恰反映了他们追求的方向。

显然，只有攀登者才有可能是日后的成功者。

没有人能保证生命是公平的，我们无法预知我们的生命有多长。但我们在有限的生命中，只有能够面对和克服无穷无尽的困难和挫折，才可能创造出生命的辉煌。

挫折是另一种机会

一夕成功是不可能的。每一个奋发向上的人在成功之前都曾经历过无数次的失败，我们需要耐心和坚持。

不管你是从事操作机器、推销货品、谈交易或是其他类型的工作，都要经历这段过程。

对成功的人来说，挫折正是考验他们的意志，激发他们潜力的好机会。

当你似乎已经走到山穷水尽的时候，离成功也许仅仅只有一步之

遥了。

美国百货大王梅西于1882年出生于波士顿，年轻时出过海，以后开了一家小杂货铺，卖些针线。然而，铺子很快就倒闭了。一年后他另外开了一家小杂货铺，没想到仍以失败而告终。

当淘金热席卷美国时，梅西在加利福尼亚开了个小饭馆，本以为供应淘金客膳食是稳赚不赔的买卖，没想到多数淘金者一无所获，什么也买不起。这样一来，小铺又倒闭了。

回到马塞诸塞州之后，梅西满怀信心地干起了布匹服装生意。可是这一回他不只是倒闭，简直是彻底破产，赔了个精光。

不死心的梅西又跑到新英格兰做布匹服装生意。这一回他终于找对了时机，买卖做得很好，甚至把生意做到了街上的商店。

梅西在头一天开张时账面上才收入11.08美元，而现在位于曼哈顿中心地区的梅西公司已经成为世界上最大的百货商店之一了。

任何人不会永远处于完全的绝境中。即使你彻底失败了，也不会被抛弃，因为“在关上门的同时，也打开了另一扇窗”。

社会给我们另一个机会，教导我们渡过难关。我们可以从挫折中学到许多宝贵的经验——只要我们不会被它击倒，而变得愤世嫉俗。

只要我们一息尚存，就有希望。不论遭遇到什么样的不幸，只要能继续生存下去，就证明了自己不是失败者。

拿出你的对策

既然我们把挫折视为一种挑战、另一次的机会，那么，在挫折面前，我们要采取相应的对策，才可以更好地解决它。

以下是一些建议，可以帮助你更好地面对挫折。

1. 决不要等待

在挫折面前，耐心等待并不是一种美德。因为在当今社会，假如你被解雇了，公司不会主动找到你、雇用你。

如果你不采取行动，只是静候佳音，那将是你所能做的所有事情中最糟糕的选择。

等待只会浪费时间、错失机会。等待的结果，最后会使你受制于不可抗拒的力量，而使情况更加棘手。

2. 拒绝消极思想

你一旦让自己受到消极思想的影响，就会不知不觉地总往消极的方向思考。

这时，想要再建立起积极的态度几乎是不可能的。在你耳边，经常会响起一些消极词汇："小心"、"慢慢来"、"不可能"、"事情结束了"等等。

你应当学会分辨消极和积极的名词，避免接触和使用消极的名词，因为解决的方法总存在于积极正面的一方。

3. 把握关键点

遇到问题时，你应冷静下来，想想是不是曾经有其他人遭遇过类似的问题，却成功地加以克服了？

问题的关键在哪里？只有找到问题的关键，才能解决好问题。

4. 寻求支持

排除挫折时，援助常常来自外界。不要羞于开口而错失可能的帮助。

拒绝或忽视可能的协助，只会导致失败。

你应积极地思考，诚实地提出你的问题，倾听别人的回答，广求建议。这时，你将会发现别人是多么乐意帮助你，你的问题也就可以顺利解决了。

5. 全力以赴

大多数人尝试走出挫折却失败了，并不是因为他们缺乏智慧、能力或机会，而往往在于没有全力以赴。

即使处于极恶劣的条件中，只要全力以赴，都可以走出逆境的。

将问题冷处理

当我们处于困境时，往往会钻进牛角尖而不知自拔，因而看不出新的解决方法。

这时，我们需要做的不是加倍思考，而是停止。停止再想这个问题，然后再重新开始。

美国艾森豪威尔总统在一次记者招待会上被人问到："为什么你的周末假期那么长呢?"总统的回答对于每一个身处困境中的人来说都有帮助。

总统说："我不相信，一个人无论是经营通用汽车公司或管理美国政府，每时每刻都是认真负责的。任何人都应在困扰时避免琐事的干扰，好好放松一下，这样才会做出更好的决策。"

当你在工作中遇到困难时，不要马上放弃，也不要总咬住一个方法不放。先放下手边的工作换换气氛，这样，当你回头重新面对原来的困难时，答案或许便不请自来了。

要多看到好的一面。有个年轻人曾告诉我，当他失业而走投无路时，如何把注意力放在好的一面上。

他说："我当时在一家信息传递公司工作。待遇虽然不是最好，但以我的资历来说还是可以的。那时经济不景气，公司不得不裁员。因此，对公司来说可有可无的员工就成为遣散的对象。

"一天，我忽然接到解雇通知，接下来的几个小时我真是万念俱灰。后来，我决定把它看成是外表不幸、其实是万幸的事。我一直不太喜欢这个工作，要是一直留在那里，我就不可能有所发展了。

"所以，我就把解雇看成是找一个我真正喜欢的工作的好机会。果然，不久后我便找到了一个更称心的工作，而且待遇也比以前好。我因此发现有时看起来很困难的事，其实是件好事。"

确实如此。有时把失败转化为成功，往往只需要一个想法，然后再紧跟一个行动。

因此，当你自己无法解决困难时，不妨先停下来，冷静一下。然后再回来，用积极的心态去寻找尚未显露出真相的好机会，洞察它并寻求解决。

把你的不幸说出来

当你遭遇困难和挫折时，不要躲起来，不要认为把你的不幸说出来会让你丢脸。

当你独行在寒冷冬夜，一座温暖的房子将给你提供生存的庇护，恢复你的生机和力量。

所以，丢弃那无用的虚荣心和面子吧，千万别放过任何一个叩响温暖大门的机会。

我要强调的是，把你的状况告诉欣赏你的人，请他们助你一臂之力。

荣登 NBA 名人堂、率领纽约尼克斯队拿下两届 NBA 总冠军的教练瑞德·霍尔兹曼在他需要帮助的时候，就毫不犹豫地找到了他的老友法西。

霍尔兹曼谈起他当年的情况说：

“当我在圣路易老鹰队做教练时，赛季大约过了 1/3。球队负责人决定要更换训练方式。换句话说，就是要教练滚蛋。

“他这样做也许很对，因为球队表现不佳，但这是我第一次被开除，觉得很恐怖。我想这也许是我篮球生涯的终点，以后我再也不会碰篮球了。

“所以我回到纽约，不知道接下来要做什么，于是就和朋友法西联络，他当时正好要离开尼克斯队总教练这一职位。

“我请他帮我，他就雇佣我去接替他的老位置——我便成了尼克斯队的球控。如果我没有因被解雇而离开圣路易的话，他可能就要雇佣别人了。

“但当时我人在纽约，并接下了那份工作，以为那只是暂时性的工

作而已。我没想到以后我还能再当教练，事实上我也不想当了。”

“做球控后不久，我意外地被指派为临时教练，后来成为教练，然后是总经理。我在尼克斯队一共呆了十四年。我们的球队很棒，获得了几次冠军，我被选入了 NBA 名人堂，这是每个人梦寐以求的事。

“在尼克斯队担任多年教练，和许多第一流的人才合作，这是法西给我的机会，这也成了我人生中最重要的突破。这项事业很了不起，也很有趣，特别是尼克斯队的家乡——纽约也成了我的家乡。”

把你的不幸说出来，没有人会嘲笑你。如果他真的嘲笑你，也就不是你真正的朋友了，你也会因此有所收获，不是吗？

积极尝试

当事情陷入僵局，甚至一切看起来是那么绝望时，你一定仍要保持开放的心灵，接受任何新的事物。

积极努力地去尝试，这样你才可以追寻到新的希望。

广告公司总裁迈克尔·布兰德发现，只要摆脱自我意识的束缚，不停追寻，就能发现新的机会。

在谈话中，他向我讲述了他的亲身经历：

“当我丢掉工作的时候，世界似乎整个翻转了过来。60 年代我还在念大学的时候，暑假就到奥格尔广告公司去打工，后来就一直待在那里，逐步往上攀升直到 1989 年。当时公司被卖掉，新公司内进行了一次全面调整。公司突然间下了一道信息给我：你去年表现很好，但是时代变了，这里恐怕没有你的未来了。

“不用多说，情势的诡变令我非常惊讶。但对于这个产业以及市场，我相信很快就会有其他的机会。

“但有许多原因使机会没有立即出现。广告在那时并不景气，经济也开始走下坡路。我接下一份在芝加哥的工作，希望那里是我与家人的一扇新门。但是，经济持续恶化，我们无法把新泽西的房子卖掉，所以不能实现在芝加哥落脚的梦想。我又回到了纽约，更加专心致志地要在

城市里闯出一片天地。

“然后，通过与朋友联络，以及寄出大堆资料后，在亚特兰大的一家中介公司问我是否有兴趣和弗吉尼亚州里士满的马丁代理公司谈谈。

“老实说，我并不想。但我却说：‘好啊，我愿意跟任何人谈’。

“结果，我发现了一个全新的世界，我喜欢在代理公司遇见的人，发觉他们有远见也有计划。我立刻就察觉到，在比较小型的市场工作是很好的机会。我可以把我遍及各阶层客户的二十年工作经验，贡献给一家 200 名员工的公司，而不是一家 500～1000名员工的公司。

“我同时也发现，我可以轻松地调整到一种新的生活方式。因为花费较低，我们可以把在新泽西的房子降价出售，买一栋我们更喜欢的新家。而我们现在的新家只要 20 分钟就能到达办公地点，我们全家对搬家都很高兴。”

是的，当一切都看起来是那么令人失望时，你所要做的，就是不断地尝试。尝试不会让你损失什么，却可能为你带来另一种新的生活。

不惧怕从底层干起

生活就是一个永不停止的大转盘，这一盘你赢了，下一盘你就可能输得精光。这是常有的事，所以在成功时，我们不能因此而骄傲；在人生的最低谷时，也不用完全绝望。

从高峰跌到低谷的滋味不好受，但只要你不惧怕从头再来，你就会有机会再次爬起来。

伯纳德原本是个成功的商人，但却因为一次失误的决策变得一贫如洗。他从美国底特律搬到了新奥尔良，准备从头开始。

他谈到当时的经历时说：

“我刚搬到新奥尔良时，我带着老婆、三个孩子和 120 美元，那就是我全部的家当。第一天我就找了 8 家公司，可是没有人愿意雇我，他们告诉我人手已经够了。

“结果第二天我跳上一辆公共汽车，走过一条长长的、繁忙的大街。

那条街上有几家快餐店，我记下了窗口张贴征人启示的店名。走到路尽头时，我跳上另一辆返回的车，一路去了 4 家快餐店，可是都没有成功。

“最后，总算第五家的经理对我有点兴趣。我向他保证，我工作勤奋，而且做人诚实。他告诉我，报酬相当低。我知道，要从头做起，我不能有太高的要求。于是我向经理解释待遇不成问题，我会提供一流的服务。

“我工作很努力，结果在 6 个星期之内我成为那家连锁店的夜间部经理。我结识了许多顾客，改善服务，提高效率。9 个月后，连锁店的老板要我到他的办公室去，给了我一个更高的职位。

“我接受了那个职位——工资是我在快餐店时的 3 倍，还有一间漂亮的公寓。

“那是一年前的事了。现在我已经升为了高级经理，很快的，我就有足够的资金重新开创自己的事业了。

“有一位在政府失业经理部门工作的官员说：“每个星期我要处理数百件申请失业救济的案件。当他们进来时，我总是问他们工作找得如何，绝大多数人的回答是否定的，那些人的态度就好像世界欠他们一份工作一样。

“他们总认为，政府或公司必须为他们的困苦负责任，他们从不想自己奋斗一番。事实上，绝大多数人只要肯做，都能找到工作的。”

这位官员说得很对。有许多突然受挫失业的人总认为自己是有一定资本的，因此他们总是想找到和以前相同或者更好的工作，从而放弃了更多的工作机会。

其实，从哪儿开始是无所谓的，关键在于我们愿不愿继续奋斗，能不能从最底层做起。

五、执著的重要性

胜利只属于坚持到最后的人。凡事不能持之以恒，正是很多人最后失败的根源。今天还有百万家资，明天就可能沿街行乞。

许多大企业在赚钱之前已经奋斗了数十年。若想成为成功的音乐家、医生、工程师乃至各行各业的专才，都需要一份执著与坚韧。

不管是 20 岁，30 岁，还是 40 岁的年龄，我们都需要执著的精神。我们需要它，因为它能帮助我们实现更多的目标。

我得到的教训

在我年轻的时候，那时候美国淘金之风正热。我有个伯父也迷上了淘金，只身跑到西部去挖金矿，好实现他的发财梦。他申请了一块土地，拿着工具，动手开始干起来。

苦干实干了好几个礼拜后，他发现了亮晃晃的金砂，颇有收获。但他没有机器把矿砂弄上地面，便不声不响地埋了矿回到家乡。当他把这一发现告诉我们时，大家凑足了买机器的钱，把机器送到矿场，我也跟着伯父去挖矿了。

挖出来的第一车矿送到了金场提炼。结果让我们欣喜若狂，以为我们终于发财了！

然而当钻机再往下时，我们犹如受到当头一棒。好运消失了，矿脉突然间踪迹尽失。我们不停地钻，拼死拼活地想重拾矿脉，结果却是徒劳无功。

最后，我们做出了一生中最愚蠢的决定：我们就此放弃了，把器材以区区数百美元的价格卖给了一位旧货商后，搭车回家了。

后来，那位旧货商邀请了一位开矿工程师去看矿坑，做实地的地质

测量。结果就在我们歇手处的下方3英尺找到了金矿的矿脉！

虽然我现在重新赚的钱是我当初损失的好几倍。但我就是因为记取了这个惨痛的教训，才取得了今天的成就。

每当我在推销受到挫折时，我就告诉自己：

“我只差3英尺就能挖到金矿了。所以，今后我请顾客买产品时，绝不会因为人家说‘不’就罢休。”

当我晋身于年收入数百万美元的精英之列后，我告诉大家，我的“锲而不舍”就来自于当初开金矿时的“半途而废。”

恒心为我们带来另一个世界

1937年，美国汽车的数量远比今天少得多。当时路况恶劣，州际间的交通也不通畅。然而，罗斯福总统高瞻远瞩，认为在美国必须兴建高速公路网，以适应未来的交通需要。

建路的工程旷日持久，花费的人力物力相当惊人。最后，在举债多年之后，州际公路系统总算在1956年完工通车。

在一个伟大的理想实现之前，必然经过许多难以置信的磨难。那些反对的人竭尽所能地打击这个理想：我们不需要州际公路系统，我们负担不起，所涉及的州和城市分担难以公平，钱应该花在更有价值的计划上。

他们反对的理由五花八门，但由于罗斯福总统的坚持，特别是艾森豪威尔总统的努力，美国才拥有了世界上最完善的公路系统。

如今，我们每个人都把电视的存在视作理所当然。只要我们按动开关，就可以欣赏多姿多彩的节目。

我们以为电视是二次大战的奇迹，可是在1945年，世界上只有1万台电视机之前，研究人员不知已付出了多少实验的心血。

早在一个世纪前的1894年，一位德国科学家尼布克发明了一种装置，可以在短距离内显现图像。到了1922年，美国发明家福恩华斯又

做了进一步改革。到了1929年，俄裔美国科学家华理金示范了第一台完全电子装置的电视机。1936年，NBC电视台在美国150个家庭中安装了电视接收器。到了1945年第二次世界大战结束，电视工业才开始真正起飞。

然而真正的重点在于，要使黑白电视机普及，必须耗费六十多年实验的心血。然后又必须再花费二十五年的工夫，彩色电视才得以大众化。

任何行动的进步，不论是你的事业，还是其他各行各业，都要靠我们秉持“做到最后”的信念。

尽管恒心的实践过程也许冗长沉闷，然而最后的结果会使你振奋不已。

先做好你眼前的事

执著于自己的理想目标是很重要的，但如果幻想过度，就会有一种错觉，觉得自己离目标要近些，这容易造成自满，从而忘却眼前的工作。

一个高目标不可掩盖目前的需要。固然，一个人要明白往何处去是重要的，明白自己与目标的距离也是重要的。但却必须有一种确实的计划，依着计划由现在的地点前进以到达目的地。

至于前进的速度，并不是像一般年轻人所想象的那样重要。重要的问题是我现在做的事，是否帮助我达到最后的目的。

许多人从一种工作换到另一种工作，并不是像蝴蝶从一朵花飞到另一朵花。他们之所以换工作，是因为他们觉得遇到了不通的路。他们的眼光是能看到一种情况发展的可能性，同时也能看到一种情况的闭塞。

恐怕你要试走几条路，才能找到你真正想要到达的地方。你难免要调换几种工作，或回头望望。但是，你这种改变必须是根据已往的经验并经过了慎重的思考，你的改变不能是因为好变动，或是因为对你目前

工作的畏难。

再战一回合

当你继续迈向高峰时，必须记住：每一级阶梯都是供你再踏上更高一层的，而不是供你休息之用的。

我们在途中难免会疲倦与灰心。但这时，我们要继续努力就能取胜。碰上困难时，我们要再战一回合。

我们得努力工作才能把握住成功的机会。任何一位推销经理都会告诉你，每一个“不”的回答都使你愈来愈接近“是”的目标。

唯一蝉联三次世界篮球冠军的天才教练蓝柏第曾说：“任何一位顶天立地、有作为的人，不管怎样，最后他的内心一定会感谢刻苦的工作与训练，他一定会衷心向往训练的机会。”

不管事情看起来有多难缠，不管问题看起来有多难应付，永远也不要放弃，永远也不要屈服。再战一回合，你能失去什么呢?

毅力是无可取代的

在这个世界上，没有任何事物能够取代毅力。

能力无法取代，这个世界上最常见的莫过于有能力的失败者。

天才也比不上有毅力的“弱智”。仅仅是毅力加上决心，足以使一个“弱智”胜过没有毅力的“天才”。

每个人都渴望成功，但只有少数人愿意为此努力、付出代价以及从事应该做的工作。

当一个人开始认为自己有所作为时，只不过是起步而已。成功是需要几个月、几年甚至几十年的不懈努力，才能克服一切困难达到的。

我的朋友雷·路克就是一个典型的例子。他永远没有放弃自己的梦想。而他，实际上一直到52岁才走上了成功的道路。

雷在20世纪20年代初开始出售纸杯，并且兼弹钢琴，负起了养家

的责任。他在杜莉普纸杯公司服务了十七年之久，并成为该公司最好的推销员之一。

然而，他后来放弃了这个安定的工作，独自经营起牛奶雪泡机器的行业。因为他十分着迷于一种同时能够混合 6 种牛奶雪泡的机器。

后来，他听说约翰·道格拉斯兄弟利用他的 8 架机器同时推出 40 种牛奶雪泡，于是亲自前往圣伯纳迪诺调查。他发现道格拉斯兄弟有一条很好的生产线，能够生产出高质量的汉堡包、炸薯条以及牛奶雪泡。他认为，像这样的好设备只局限在一个小地方，未免太可惜了。

他问道格拉斯兄弟："你们为什么不在其他地方也开一些像这样的餐厅?"

他们表示反对，说："这太麻烦了，"而且，他们"不知道要找什么人一起合作开设这种餐厅。"雷的脑海中却正好酝酿着这样一个人，那个人就是他自己。

雷虽然一直只是个推销员，而且一直到他 52 岁时才从事梦寐以求的新事业，但他却在二十五年之内把他所在的公司扩展成为拥有几十亿美元的庞大企业。

毅力并不是指永远坚持做同一件事。它的真正意思是对你目前正在从事的工作，要集中精神，全力以赴。要对工作感到满意，还要渴求更多的知识与进步。

它还启示人们要多拜访几个人，多走几英里路，多锄一些杂草，每天早晨早起一点，随时研究如何改进你目前正在从事的工作。

有计划地运用恒心

恒心的确有效，但需要有计划地运用。

亚历克斯从事计划顾问多年了，他的年薪超过 30 万美元。有一次聚会中，我问他为什么赚的钱永远比他的同事多。他想了一会儿，说："我成功的奇迹全靠五步秘诀，而且我想这种方法对其他人也会同样

有效。”

在随后的深入谈话中，亚历克斯为我详细地解释了这五步秘诀。

“首先，我深入调查，了解情况。我对地方商业界的消息很灵通。无论开会、聊天、度假，我都在搜集资料。这是我的专长。

“第二步是打电话找公司里的高级经理。首先我向他们介绍我自己，然后我会要求预约详谈。

“第三步是登门拜访。在谈话之间，我会尽可能地了解顾客的投资计划、他的性情、职业以及个人背景。通常在谈话结束时，虽然还没有具体的计划产生，可我已经敲开一扇门了。

“第四步是在拜访之后以个人名义写一封短信，告诉顾客我们公司正在研究制订具体方案。这封私人信件很有效，它是一种诚意的表示。

“第五步是发出信后，过了三四天我再打电话过去，表示我愿竭力效劳，帮他成为成功的投资者。最后我再要求订一次约会。

“当我第二次见客户时，我随身带了几个方案去。多数不会有什么结果，可我绝不强求。我的打算是建立长远的关系。

“成功的销售和钓鱼一样，这你一定很清楚，如果你太急躁，鱼儿都被吓跑了。而我若是主动表示时间太局促，不好起草合同，特别是关系到大笔金额时，顾客就会愿意再考虑与我合作的可能性。

“第二次见面后，事情就好办多了，我可以打电话或亲自与顾客来讨论计划。我会随时与顾客保持联系，直到成交为止。有时要磨上好几年的工夫，然而机会一到，我就会签上五六个合同。”

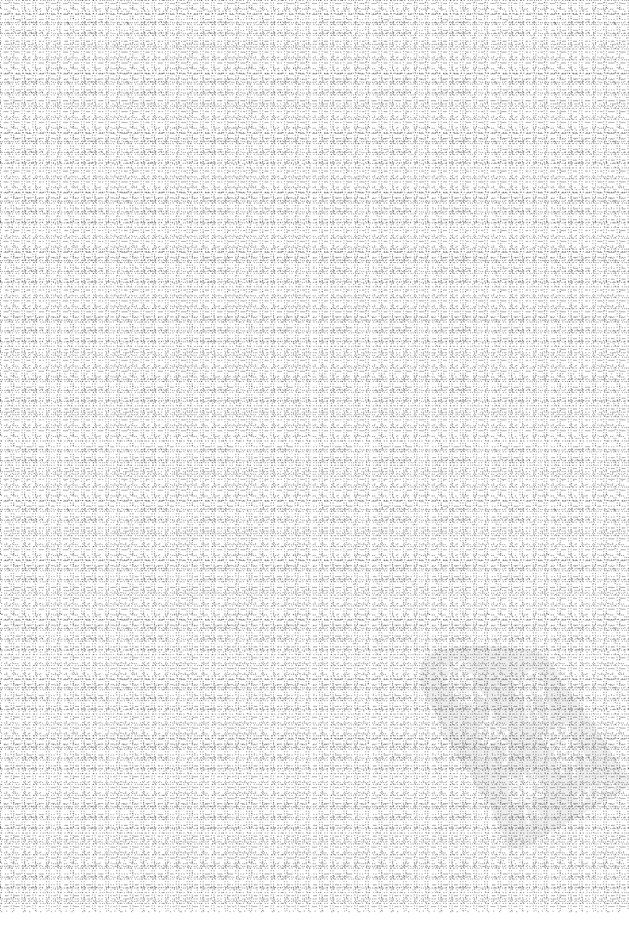
当然，也许你的情况与亚历克斯不同，然而大前提不变，那就是：恒心也需要动脑筋。

The Greatest Salesman

我的经验

——乔·吉拉德的推销秘诀





名片是成功的开始

乔·吉拉德有一个习惯：只要是碰到一个人，他马上会把名片递过去，不管是在街上还是在商店。他认为他周围到处都遍布着做生意的机会。

“给你个选择：你可以留下我的名片，也可以扔掉它。如果你留下，你就会知道，我是干什么的、卖什么东西，这样你就能认识我。”

如果你在给别人名片时想，这是件很愚蠢很尴尬的事，那么你永远无法自在地把名片给出去。然而，恰恰这些看起来举动显得很愚蠢的人，正是那些成功和有钱的人。他们到处用名片，到处留下他们的味道、他们的痕迹。

如果你去餐厅吃饭，给的小费每次都比别人多一点点，同时主动放上两张名片的话，那么别人肯定会看看你这个人是做什么的，分享你成功的喜悦。人们会谈论你，想认识你，根据名片来买你的东西。长年累月下来，你的成功也就来源于此了。

让吉拉德觉得不可思议的是，有的推销员回到家里，甚至连他的妻子都不知道他是卖什么的。

从今天起，你不要再躲藏了，应该让别人知道你，知道你所做的事情。因为推销的要点不是推销商品，而是推销你自己。



一、表现你自己

表现你自己也就是要随时随地地表现出你自己的能力，让别人都注意你。不引人注意的推销员是一个失败的推销员。

作为一个推销员，你每天都要面对许多不同类型的客户，因此你必须具备许多不同的能力和技巧，要让你想认识的人也认识你，这就是你的生存之道。

如果把推销的能力区分为两大部分，第一部分就是属于内在的推销专业技巧；第二部分则是属于外在的行为表现。内在的推销技巧和专业素养可以透过不断学习来获得，但是外在的行为表现，却要由内心胆量的提升才有办法可以达到，而且和每个人的个性息息相关。

有些个性内向的人很难突破自我限定的障碍，总是不敢面对现实而显现消极懦弱的态度，实在很难想象作为推销员他会有多大的成就。自我设限是你成功的绊脚石，一定要彻底地根除。一定要抱有这样的心态：我要让每个人都认识我。

如果你的专长可以应付所面对的各种困难，自然会在外表上充满了自信的神采。这些自信是让你展示自己、表现自己的基础。有了信心，会帮助你散发魅力，勇敢地说出自己的想法。

善于表现自己能力的人，一定先要肯定自我并由肯定的过程中诱发自信心的能量，使自己不会担心害怕别人的眼光，一心一意只为了说服他人而展现自己的才能，以此作为与别人沟通的最佳途径。

然而需要注意的是，在表现你自己的同时，注意不要太夸张。有时表现过度，会引起别人的反感甚至是厌恶。因此在表现你自己时，不要忘了修炼你的自我控制能力。这样可以避免在别人过度的渲染下，或是自己莫名的膨胀心态中，呈现出不可一世的傲人气息。

二、记住别人的名字和面孔

当你向别人递出名片时，出于礼貌，对方也会给你他的名片。当你接到别人的名片时，千万不要草草一看了事，而应该对着对方的脸孔，记下他的名字。这样有助于在下一次见面时能够顺利叫出他的名字，从而给对方一份亲切感。

人们常常忘记别人的名字，可是如果有谁因为不把自己放在眼里而记不住自己的名字，我们就感到不痛快。记住别人的名字是非常重要的事，忘记别人的名字简直是不能容忍的无礼。尤其是对于你来说，记住别人是至关重要的，因为能够热情地叫出对方的名字，从某种程度上表现了对他的重视和尊重，而好感就由此产生。

乔·吉拉德就能够准确无误地叫出每一位顾客的名字。即使是一位五年没有见过的顾客，但只要踏进乔·吉拉德的门槛，他就会让你觉得你们是昨天才分手，并且他还非常挂念你。他这样做会让这个人感觉自己很重要，感觉有人在乎他，使他觉得自己很了不起。如果你能让某人觉得自己了不起，他就会满足你的所有需求。

如果你还没有学会这一点，那么从现在开始，留心记住别人的名字和面孔，用眼睛认真看，用心去记，不要胡思乱想。

也许你有过这样的经历：新介绍给你的人不过十分钟就忘了他的名字。这时，重复、反复提及对方的名字，是最好的方法了。同样，如果你想让别人记住你的名字，你就得多多利用机会在他面前重复你的名字。

熟人见面时最好叫出对方的名字。大家都愿意别人叫自己的名字。所以，你不用管他是干什么的，和你的关系是否亲密，尽管自自然然地叫出他的名字。只要不断地练习，你的记忆力总能变好的。

而且，为了避免忘记，你在办正事之前最好先熟悉一下对方的名字。作为推销员，你不仅要记下客户的姓名和电话号码，还得记住那些秘书和接待员的姓名以及其他相关人员的姓名。每次谈话时，如果你能叫出他们的名字，他们便会高兴异常。这些人乐意帮助你，会常常给你带来很多方便。

记住别人的名字和面孔，你就能赢得别人的好感。赚钱靠人缘，他人的名字就是无形的财富。





三、让人喜欢你

一般来讲，我们对自己所喜欢的人提出的建议，会比较容易接受也比较容易相信。当然，我们对于自己所怀疑、讨厌或不信任的人，自然对他们的产品和服务也相对不信任了。

成功的推销员都具有非凡的亲和力，他们非常容易博得客户对他们的信赖，他们非常容易让客户喜欢他们、接受他们。换句话说，他们会很容易跟客户成为最好的朋友。

许多的销售行为都建立在友谊的基础上，我们喜欢向我们所喜欢、所接受、所信赖的人购买东西，我们喜欢向我们具有友谊基础的人购买东西，因为那会让我们觉得放心。所以一个推销员是不是能够很快地同客户建立起很好的友情基础，与他的业绩具有绝对的关系。

你的亲和力同你的自信心和自我形象有着绝对的关系。什么样的人最具亲和力呢？通常，这个人要热诚、乐于助人、关心别人、具有幽默感、诚恳、让人值得信赖，而这些人格特质与你对自己的态度有关。

人是自己的一面镜子，你越喜欢自己，你也就越喜欢别人。而你越喜欢对方，你也就越容易与对方建立起良好的友谊基础，他们自然而然地愿意购买你的产品。实际上引起他们购买动机的不是你的产品，而是你这个人。人们不会向自己所讨厌的人买东西。

世界上最成功的顶尖推销员都具有亲和力，也都是容易与客户建立良好关系的人。至于那些失败的推销员，因为他们的自信心低落，自我价值和自我形象低落，所以他们不喜欢自己，他们讨厌自己。因此从他们的眼中看别人的时候，就很容易看到别人的缺点，也很容易挑剔别人的毛病。他们容易讨厌别人、挑剔别人、不接受别人，自然而然地他们没有办法与别人建立起良好的友谊。这些人缺乏亲和力，因为他们常常

看他们的客户不顺眼，他们常常看这个世界，看许多人都不顺眼。因此他们的业绩低落。

一个被我们所接受、喜欢或依赖的人，通常对我们的影响力和说服力也较大。亲和力的建立是人与人之间影响及说服能力发挥的最根本条件，亲和力之于人际关系的建立和影响力的发挥，就如同盖大楼之前必须先打好地基的重要性是一样的。所以，学习如何以有效的方式和他人建立良好的亲和力，是一个优秀的销售人员所不可或缺的能力。

乔·吉拉德就非常善于与别人建立起良好的关系，从而为自己赢得了大量的财富和荣誉。他和客户建立亲和力的方法，表面上看起来好像很傻而且很费钱，每个月他都至少向13 000个老主顾寄去一张问候卡片，而且每个月的问候卡片内容都在变化。但是问候卡片正面打印的信息却从未变过，那就是“我喜欢你”。“我喜欢你”这四个字每个月都印在卡片上送给了13 000个客户。

或许你会怀疑这种简单方式的有效性，但是乔·吉拉德明白一个很重要的事实，那就是：我们都是喜欢被他人欢迎和被别人接受的。



四、把自己介绍给更多的人

当你走进一个典型的商会活动时，你基本上每次都会见到同一个画面。大多数参加者都坐在吧台旁或在冷盘桌前逡巡，他们喝一点酒，吃上点东西，彼此说着话。他们都相信他们正在做生意，因为他们处身于这一商业活动中，然而他们所做的最有价值的事，就是每隔一会儿结识一些他们不认识的人并且交换名片。

有时，出于纯粹的运气，会有一些生意发生：一个人的东西可能碰巧需要另一个人销售。不过发生这种情况的机会实在太少，而且做成的几率也远很小。另外，在那儿寻找生意的人基本上把其他每个人都视为一个新准客户。不同之处在于你把每一个人看做 250 个新准客户。所以，你如何在这些普通的社交活动中把自己介绍给更多的人，并且让他们为你服务呢?

把你介绍给有影响力的人

首先，你必须认识到，你在这些特定场合出现的唯一原因是为了推动你的事业发展。为了做到这一点，你必须做一名“真诚的政客。”以既真诚又有信心的风采出现；保持开朗，不过别显得异常活跃及伶牙俐齿；做个好人，在脸上带着微笑。

非常重要的一点就是把自己介绍给那些有影响力的中心类型的人。这些人有非常庞大而且颇具威望的影响范围。一般情况下，这种影响力中心类型的人在这一地区呆了很长一段时间。人们认识他们，熟悉他们，喜欢他们，而且相信他们。这些影响力中心人物自己不一定在生意上很成功，不过关键在于，他们认识其他许多你想认识的人。

据专家研究，人们通常分为 4 个、5 个或 6 个人一组，而每一组一般会有一个主导型的人物，这个人似乎控制着谈话。下一次注意观察，

你就会发现在每一组中找出这样的人有多容易。当这个组的某个人提出一个观点时，每个脑袋都转向那个人等待着他的反应；当这名主导者开始说话时，每个人都注意他所说的每一个词；当那个人笑时，这个组中的人也会笑起来。他们通常会附和这个主导者说的每一句话。

尽管那个人并不一定在经济上非常成功，但他可能认识很多人。因此，你得设法一对一地认识这个人，把你自己介绍给他。如果这个人总是被那些追随他的人所团团包围着，那么，你又怎样做到这一点呢？基本办法是当你在房间其他地方时，把你的目光始终放在那几个有影响力的中心人物身上。最后，他们中的一位会准备离开他现在的小组，也许是去洗手间，去拿一杯鸡尾酒，去冷盘桌，或者，甚至去认识一个新人。

等待你的机会，然后走上前向那个人介绍你自己。鉴于下面两条理由，这种行为是完全可以接受的：这是每一个人去那儿的目的；而且你并不是挥舞着名片直奔那人。你只不过是非常自然地走上前，然后介绍自己。

给他留下好印象

在介绍完毕后，把你谈话时间的 99.9%用在询问这个有影响力的中心人物的事情上，不要谈你自己的事情。为什么？因为在这个时候，影响力中心人物毫不关心你或你的生意。事情就是这样，如果他对你有兴趣，就不需要你去做自我介绍了。

你所需要的就是在与有影响力中心人物第一次交谈时，给他留下一种印象。这种印象可以激发出他去认识你，喜欢你和相信你的感觉，而这种感觉在培育一种互惠、双赢的关系中不可或缺。

你可以通过问问题做到这一点，问正确的问题。有时碰巧会有危险鬼鬼祟祟地躲在这个关卡，你需要十分当心。你需要问的问题类型应该是开放式结尾，让答者感觉良好的问题。你可能非常熟悉开放式结尾的问题：即它不是简单地回答“是”或“不是”的问题，而是需要较长的

答案的问题。

你可以把下面的10个有开放式结尾，让人感觉良好的问题储存在你的大脑中。人们设计它们的目的不是用来试探或推销什么。你会发现它们非常友善，回答起来很好玩，而且会透露出这个人的思维方式。总的来说，你的新准客户会因为有机会回答这些问题而感觉良好。

可以放心的是你从来不需要——而且也没有时间——在任何一次谈话中提出这所有的10个问题。不过你仍然需要把它们全部变成自己内心的一部分，对这些问题了解得足够透彻，你就能针对具体的谈话和时机而提出合适的问题，而且不用在准客户说话的时候拼命地思考这些问题。如果你过于关注你想说的话，那么，这个人就会感觉到你并没有全神贯注地听他的话。

1. 你是如何创立你的生意的？

每个人都喜欢讲自己的故事，他们喜欢在某人的心里成为“每周一片”的主角。就让他们与你一起分享他们的故事吧！你可要主动地倾听。

2. 你最喜欢你事业中的哪一点？

显然，这是个会激发出良好的、正面感觉的问题，而且它也会让你得到你正在寻找的正确性回应。这个无疑会大大好过下面这个负面性的问题：“那么告诉我，你最讨厌你事业中的哪一点……既然我们谈到了这一点，你值得把你一生的时间花在这个可恶的事情上吗？”

3. 是什么把你和你的公司与竞争对手区分开来？

你可以把这个问题叫做“自我标榜”的问题。在我们的一生中，我们都被教导不要吹嘘自己和自己的成就，而如今你给了这个人忘掉这一切的自由行动权。

4. 对一个在你的行业中刚刚起步的人，你会给予什么样的建议？

这是个被称为“老师”的问题。我们每个人几乎都有好为人师的一面，而且很在乎别人对我们回答的态度。提出这个问题，就给了这个人

一个机会：感觉做老师的滋味。

5. 如果你知道自己决不会失败，你会怎样开展你自己的事业？

这个问题源自于罗伯特·舒勒博士，他问："如果你知道自己决不会失败，你会怎样过你的一生？"每个人都有一个梦想，无论这个人的梦想是什么，他都会欣赏你向他问这个问题，因为这显示出你对他的足够关心。他在回答之前总是会用一些时间来认真地思考。

6. 这些年来，你都看到你的行业中发生了哪些重大的变革？

向一些拥有众多经历的较成熟的人问这个问题会很合适，因为他们喜欢回答它。他们已经经历了电脑时代、传真机的全面使用、服务业的变迁，或更多更多。

7. 你认为你的行业中，变化趋势是怎样的？

这是个可以叫做"深思者"的问题。人们不是经常在电视上要求被访者思索一些通常很重要的热点问题吗？现在你给了他们一个成为明星的机会。深思者愿意和你一起分享他们的知识，因为你会让他们对自己感觉良好。

8. 描述一下你在生意中遇到过的最奇怪或最有趣的事？

让人们有机会说出他们的奋斗故事。实际上，这是每一个人都喜欢做的事情。难道你不希望把一些在你生意开始阶段发生的事说给别人听吗？

发生的一些很糟糕的事，当时绝对没有趣味，但现在你可能会觉得它很有趣。问题是，大部分人不给这个人说出来的机会。然而，你主动要求做这个人的听众。够厉害！

9. 你认为哪些方法最能有效地推广你的生意？

很明显，你在强调这个人脑子里积极的一面。

10. 你希望别人用一句什么样的话来描述你做生意的方式？

在回答这个问题前，人们几乎总是会停下来，真正努力思考这个问

题。你给了他们多么大的一个恭维。你刚才提出的这个问题可能连他们自己的爱人都从来没想到问过。

你可能会猜测：第一次见面你就问出这些问题，会不会让人觉得你太爱打听。答案是：不会。首先，在你最初的交谈中，你只需问上述问题中的有限几个。更重要的是，这是些人们喜欢回答的问题。记住，你提问的方式很关键，你并不能像一个评论家在质问被访者那样进行谈话。这些问题旨在让人感觉良好，进而建立一种最初的融洽感。

不过，下一个问题才是最重要的。这个问题将会把你和其他人区分开来。让人觉得他们是在认识你，喜欢你和相信你的过程中，这是转折性的一步。你必须问得平静而且真诚，而且只有在最初的融洽感已经创造出来之后才可以问这个问题。这个问题是：我怎么判断正与你谈话的人是不是你的一个好的准客户？

为什么这个问题如此厉害？首先，只需通过问这个问题，你就已经把自己和参加聚会的其他人区分开来。你是第一个向那个人表明你是一个与众不同的人；你恐怕是他遇到过的在第一次谈话中就提出这种问题的人；或者在任何一次他们曾经遇到过的谈话中只有你是提出这种问题的人。

曾经有人向你提出过这个问题或者类似的问题吗？也许没有，只有很少的人会说自己碰到过。你刚向那个人表示你关心他的福祉，而且希望为他的成功出一点力。许多人已经在那时开始试着推销他们自己的产品或服务了，但你没有。你把自己的想法说出了声："我该如何帮你呢？"不用说，这个人一定会对你印象深刻并喜欢你的。

让他们彼此认识

你在这种聚会中应该能认识几个有价值的人，所以不妨让他们彼此认识。把你自己定位成一个有影响力的中心人物，一个认识各行业中领导人物的人。人们会对这个有所触动，你也因而会很快成就你的理想。

给予每个人一个很好的介绍并且解释他们的生意。建议并介绍他们

彼此为对方寻找线索的方法。告诉有影响力的中心人物对于另一个人什么会是好的线索，再反向做一遍。他是如此的被震动！这个中心人物会觉得你对他确实很关心，你确实在倾听他的谈话而且记住了它们。这会显示出你身上的真诚关心，因而他们也更愿意帮助你。这个时候，关于你是某个行业里的能手——可以与你做生意或向你引荐生意——的事实，你才可以开始向他们暗示一点点。

一个好的小手段就是找出一个理由礼貌地半途从交谈中离开，留下他们两个人交谈。猜猜他们一开始会谈什么和哪一个人？一定是你，因为他们对你是如此印象深刻。

当然，另一个保证你结识的人确实和你能互惠互利的办法就是把自己介绍给那些与你目标市场有关的人。比如，你正准备在不动产市场里进行推销，显然你希望结识不动产经纪人，特别是有强大影响力范围的经纪人。你如何在你自我介绍之前知道这个人是一名不动产经纪人呢?拿出你的创意。如果可能的话，你可以查看一下来客名单，查出谁做什么。或是向其他可能知道谁是不动产经纪领域有影响力的中心人物的人询问。

另一个办法是看姓名标签。当你经过某人时，你可能会在他们姓名标签上瞥见一个不动产公司的名字。或者你可能无意中听到他和别人的谈话，从而知道这个人是名不动产经纪人。你会找出一个办法去获得这方面的信息的。

现在，一次商业活动下来，你已经认识了 5 个或 6 个知名人物，即使是一个或两个也不坏。这是你所需要的全部。得到一个或两个好的关系要比递出一大把名片给那些从头到尾也不会与你做生意的人要好得多。

五、向每一个人推销

有一种说法，叫“不能根据封面来判断一本书”，这句话用在推销业上是再合适不过了。不管一个人住哪儿，不管他是什么肤色，年老还是年少，以何为生，宗教信仰和性别如何；不管他的穿着打扮怎样，不管他提出什么样的借口和异议，没有一个人能事先判断出哪个客户是买主，哪个不是买主。如果能够知道哪个客户是买主，就不会有专业推销员这个职业了，因为没有人再需要他们去推销了。

一天下来，只要钱没放到桌上，你就不能百分之百地肯定是否做成了买卖。在推销工作尚未完全展开之前，就断定客户不会买，这无疑是自杀行为。如果你的产品不要钱，那么每个人都会想要的。因此，妨碍人们购买的唯一因素就是钱。你看不到销售数字，看不到钱，你就不能断定推销结果。有鉴于此，你应尽最大的努力与每一个客户周旋，只有销售数字才是实实在在的东西。

把每个人视为你的准客户

要知道，你见到的每个客户都被其他人推销过。因此，你要做的就是竭尽全力，或者说做得要比其他人更好。你应该坚信，你见到的每个合格的客户都会买你的产品。这样说的根据在于，你对自己有着十足的信心。

你只有相信自己，才能让别人相信你。可能你经历过这种情况，即认为没有希望推销成功了，但不知怎么回事，这个客户就成了你的买主。

再说一遍，如果你有一个合格的客户，永远也不要假定他不会买你的东西。

假设有一对夫妇，看到一家公司的促销广告，过来看看。你对他们进行了预先判断后说："我不能卖给他们东西。因为男的45岁，女的20岁，而且肤色不同。他们没结婚，他们没房住，只在租来的公寓里住了4个月。他是一个商人，但却没有财务人员，她是个失业者，负债累累。他们顶多是过来看看，根本就不想买东西，因为他们买不起。我没时间搭理这些人。"

如果你真是这样做的话，恐怕你不是一个出色的推销员。在这种情况下，你应该如何处理呢?

首先，你应认真地捕捉客户发出的信息。你听到的不是消极方面，而是积极方面。要知道，客户对你的产品有兴趣，因为他们回应了你的广告或市场宣传。

其次，你应知道，如果你的客户看过竞卖活动但没有买，可能是因为这次活动轻视了客户，没给他们买的机会。你不能把他们当作是浪费时间的人，或者是流浪者，而是把他们视为国王和王后。

最后，有志者事竟成。用你特有的待人接物方法，你就能够达到目的。谁能知道这个客户的金元宝藏在什么地方呢?钱不放在桌上，你永远也不会知道他有钱。

你可以向最不可能的客户推销你的产品，特别是你觉得某人有特殊之处时，接近他，帮助他。顶级推销员们能迅速地与大家建立关系，这使得他们能同潜在客户形成一种直接的联系。这些东西并非天生如此，而是靠多与潜在的客户接触锻炼出来的。

朱迪刚刚担任玫琳·凯的美容顾问时，还是一个毫无销售经验的家庭主妇。大家告诉她不用担心，因为所有有肌肤的妇女都是潜在的客户。十八年来，朱迪体会到了这句话的真实含义。

如果每个妇女都是护肤品的潜在客户，那么她就有可能成为一个美容顾问——尤其是对护肤产品深感兴趣的妇女。朱迪的成功就在于她认识到那些代表玫琳·凯化妆品公司的潜在客户——许多妇女——都是很

好的人选。

多与客户接触

一天 24 小时，1440分钟，时间对每一个人都是公平的。“时间就是金钱”这句话用在推销员身上，真是再恰当不过了。怎么充分利用宝贵的时间？美国保险推销大师约翰·沙维祺认为：任何降低或延缓与客户建立直接的、带个人色彩的关系的活动，都应该避免。因为这对推销员来说，并没有在积累资源，只是浪费时间而已。

有些推销员非常聪明，也酷爱钻研，简直把手中的产品琢磨透了，成为产品知识大专家。遗憾的是他们的业绩往往和他们的知识成反比。

有一个刚刚进入保险公司的推销员开完早会后在职场看资料，他的经理问他在干什么？

他说：“我在研究条款。”

“你得出去，”经理说，“你不出去跟人谈，永远无法让人了解你的产品。”

推销员看到的是条款，经理看到的是产品；推销员考虑的是如何研究条款，经理设想怎么销售产品。不会卖东西的人和会卖东西的人，其区别就在这里。

一定的案头工作能让你事半功倍，但不能本末倒置。你不与客户商谈，不要指望能做出什么业绩。而商谈的最佳方式，就是面对面地商谈。

你听说过“见面三分情”吗？多见几次面，与对方建立起人与人之间的关系，而不单单是冷冰冰的工作关系，你才能为自己的发展打下牢固的基础。

不管你推销什么，都要从最近的地方开始寻找客户，如亲朋好友、

邻居及工作单位附近的人。如果你不敢向这些人推销，只能说明你手中的东西不够好，或者你认为不够好。

开拓并占领近处市场后，好好地经营，让客户变成替你宣传的影响力中心。要做到这一点，你必须不断地与客户接触，提供服务。你要反反复复地进行地毯式轰炸。每一份合同的推销成本、服务成本都不高，那么，让每一份合同都实实在在地属于你。



六、上门进行推销

如果你仅仅是在街上或商会活动中散发你的名片，同时希望这些拿到名片的人能主动和你联络，买你的产品，那么你把推销想得也太容易了。

仅仅在街头期望遇到客户是不太现实的，重要的是你有时也必须去上门推销，向不同的人推销你自己。

客户的身态体貌不同、年龄不同、宗教信仰不同、着装打扮不同、社会地位不同、教育程度不同、性别不同。你是否想过，为什么有些推销员只能向某一类客户推销？原因在于，他们没有学会或掌握同所有客户打交道的技巧，他们只能向适合自己特点的客户推销。

上门前的准备

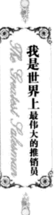
在进行上门推销之前，你得先进行“热身”活动，也就是激励自己鼓足勇气、保持友善，准备创造和谐的气氛。

在会见客户前，如果想上洗手间，你就应当马上去。请不要对此忠告大惊小怪，看一看下面的解释。

如果可能的话，你应当像胶水一样黏住你的客户，从一见面起一直到说再见。你应当缠住他们，和他们待在一起，不要让他们在你离开时，筹划拒绝的方案。

在与客户见面的时候，千万不要迟到，哪怕是1分钟。第一印象非常重要，按时赴约，以便开个好头。如果你被拦住了，或者不得不耽误一下，事先给客户打个电话，表示歉意，另约时间。

不要把车停在“专用”车位上，不要把车停在客户的车道上，不要挡住去路，不要停在客户的车库前。这不仅是为了表示礼貌，而且还可



以防备你在推销（或成交）的过程中，受到干扰。

将你的推销设备都放在车里，空手与客户会面。如果你身带宣传材料、样品和设备，不但腾不出手与对方寒暄，而且显得不亲切，有急于将货卖出之感。想一想，如果你推开一家裁缝店的门，伙计说声“你好”，然后就开始量尺寸，你会感觉如何？

同客户打过招呼后，说声“对不起”，然后再回头取东西。与客户会面时，先同他们握手，你应当一开始就让他们习惯这种方式。

进屋后的注意事项

进入客户房间时，注意将鞋擦干净。客户会注意到这种尊重的举动，对你更加热情。

1. 不要主动落座

记住，一个人的家或办公室就是他的城堡。如果你应邀进入他的城堡，你就是客人，所以要像个客人样，不要像个入侵者。

如果我们邀请别人到家里来，我们多数会让自己和我们的家里显得整洁一些。我们会洒扫庭院，喷一点空气清新剂，买来鲜花，拿出最精美的茶具。如果你发现客户的房间优雅、整洁，要说出来，真心赞扬，这样客户就会喜欢你，因为这种努力是为你而做的。同样，如果你发现客户的办公室干净整洁，也别忘称赞一番。

2. 不要单刀直入，不要一进屋就开始推销

相反，你应当把包放下，创造一种和谐的气氛。如果你同客户不属于同一个种族或文化背景，对客户提供的食品和饮料也要接受。这样会使客户感到自如，表明你没有歧视行为。

环顾客户房间，你会发现一些照片、字画、证书、奖杯、书籍、植物、唱片、小猫、小狗、飞机模型、乐器，等等。这些对客户来说都是有纪念意义的东西，或客户喜欢的东西，所以，要提一提。认真询问，

客户会欢迎的。让客户一件件地介绍这些宝贝，他们会非常感激你，因为他们能从中得到乐趣。他们平时很少有机会这样做，这种感激会变为行动，他们会说："好了，就介绍到这儿吧，现在来看看你的东西，我很想要一件。"

3. 不要忽略客户的家人，尤其是孩子们

让他们坐在你身边，他们会成为你的最好同盟（在办公室，你可能不便招呼旁观者，但对他们不要忽视）。

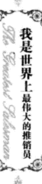
4. 未经请求，不要将你的东西放到客户的桌上

同样，未经请求也不要在客户的家具和地板（地毯）上放置东西，特别是涉及玻璃、杯子或盘子时。很多客户可能会出于礼貌不要求你把东西拿开，但这种冒犯会给他们留下不好的印象，让他们心疼。如果出现这种情况，他们的注意力会不集中，所以一定要事先打好招呼。

5. 让客户参与推销过程

不仅包括口头参与，还要有身体参与。例如让客户帮你安好展示装置，让他比较颜色是否协调，或让他帮你量大小。让客户看、摸、闻、尝、听。客户参与程度越深，他就会越有热情，因为他已经开始想象，如果买了你的产品，会是什么样子。这就像带他一起乘车兜风一样，让他体验一下在车上是什么感觉。

当你在客户家或办公室里时，你不可能控制一些外来事件，如被家庭其他成员打断，或有人敲门，或电铃响了起来。当发生这些情况时，应停止展示，说些比较随便的话题，直到事件结束。然后，再慢慢地回到主题上来。



七、让客户注意你

不知道你在接触潜在客户时有没有感到恐惧？因为通常情况下，不论我们所接触客户的方式是电话或面对面的接触，每当我们刚开始接触潜在客户的时候，大部分的结果都是以客户的拒绝而收场。

接触潜在客户是必须要有完整计划的。当你接触客户时，你所讲的每一句话，都必须经过事先充分的准备。因为每当你想要初次接触一位新的潜在客户时，他们总是会有许多的抗拒或借口。他们可能会说“我现在没有时间，我不需要……”等等的借口，客户会想尽办法来告诉你他们不愿认识你。所以接触潜在客户的第一步，就是必须突破客户的这些借口。因为，如果无法有效地突破这些借口，你永远也没有办法开始你对产品的销售。

每当你接触客户的时候，时常会发现客户仍在忙着其他的事情。而在这个时候，如果你不能在最短的时间内，用最有效的方法来突破客户的这些抗拒，让他们将所有的注意力转移到你的身上，那么你所做的任何事情都是无效的。唯有当客户将所有的注意力都放在你身上时，你才能够真正有效地开始你的销售过程。

有一个销售安全玻璃的推销员，他的业绩一直都维持北美整个区域的第一名，在一次顶尖推销员的颁奖大会上，主持人说：“你有什么独特的方法来让你的业绩维持顶尖呢？”他说：“每当我去拜访一个客户的时候，我的皮箱里面总是放了许多截成15厘米见方的安全玻璃，我随身也带着一个铁锤子。每当我到客户那里后我会问他‘你相不相信安全玻璃’，当客户说不相信的时候，我就把玻璃放在他们面前，拿锤子往桌上一敲。而每当这时候，许多客户都会因此而吓一跳，同时他们会发

现玻璃真的没有碎裂开来。然后客户就会说：‘天哪，真不敢相信。’这时候我就问他们：‘你想买多少？’直接进行缔结成交的步骤，而整个过程花费的时间还不到1分钟。”

当他讲完这个故事不久，几乎所有销售安全玻璃的推销员出去拜访客户的时候，都会随身携带安全玻璃样品以及一个小锤子。

但经过一段时间后，他们发现这个推销员的业绩仍然维持第一名，他们觉得很奇怪。而在另一个颁奖大会上，主持人又问他：“我们现在也已经做了同你一样的事情了，那么为什么你的业绩仍然能维持第一呢?”他笑一笑说：“我的秘诀很简单，我早就知道当我上次说完这个点子之后，你们会很快地模仿，所以自那时以后我到客户那里，唯一所做的事情是我把玻璃放在他们的桌上，问他们：‘你相信安全玻璃吗?’当他们说不相信的时候，我把玻璃放到他们的面前，把锤子交给他们，让他们自己来砸这块玻璃。”

30秒开场白

为了让客户注意你，在面对面的推销访问中，说好第一句话是非常重要的。开场白的好坏，几乎可以决定一次推销访问的成败。换言之，好的开场白就是推销成功的一半。大部分客户在听你第一句话的时候要比听后面的话认真得多，听完第一句问话，很多客户就自觉或不自觉地决定了尽快打发你上路还是准备继续谈下去。

因此，你应该设计一个独特且吸引人的开场白，借此在短短的几秒钟之内吸引客户的注意力，让他停下手边的事，专心地开始听你介绍产品。

专家们在研究推销心理时发现，洽谈中的客户在刚开始的30秒钟所获得的刺激信号，一般比以后10分钟里所获得的要深刻得多。因此，最好的吸引客户注意力的时间就是在你开始接触他的头30秒。只要你

能够在前 30 秒内完全吸引住他的注意力，那么在后续的销售过程中就会变得更加轻松。

在不少情况下，推销员对自己的第一句话处理得往往不够理想，有时候废话甚多，根本没有什么作用。比如人们习惯用的一些与推销无关的开场白："很抱歉，打搅你了，我……""哟，几天不见，你又发福啦!""你早呀，大清早到哪儿去呀?""你不想买些什么回去吗?"……在聆听第一句话时，客户集中注意力而获得的却只是一些杂乱琐碎的信息刺激，这对于往下展开推销活动极为不利。

开始就抓住客户注意力的一个简单办法是去掉空泛的言辞和一些多余的寒暄。用问题吸引对方的注意力，永远是比较好的做法。

当你接触客户的时候，客户总是会有很多的借口，他们会说没有预算、没有时间、你的销售额不好、最近很忙……在那个时候，你的销售过程总是比较艰辛的，所以你必须了解潜在客户或者是那些在企业内能够有决定权来决定是否购买你产品的人，他们背后真正的需求是什么。这样一来，你才能问出吸引人的问题。

开场白还可以通过自问自答的方式来设计。你应该想想，客户如果问你："为什么我应该放下手边的事情，百分之百地专心听你来介绍你的产品呢?"这时候你的答案应该在 30 秒之内说完，而且能够让客户满意并且吸引他的注意力。

所以设身处地地站在客户的立场来问问你自己，为什么他们应该听你的，为什么他们应该将注意力放在你的身上，记住开场白只有 30 秒。

好的开场白应该能引发客户的第二个问题，当你花了 30 秒的时间说完你的开场白以后，最佳的结果是让客户问你，你的东西是什么？每当客户问你是干什么的时候，就表示客户已经对你的产品产生了兴趣。如果你花了 30 秒钟的时间说完开场白，并没有让客户对你的产品或服务产生好奇或是兴趣，而他们仍然告诉你没有时间，或是没有兴趣，那

就表示你这 30 秒的开场白是无效的，你应该赶快设计另外一个更好的开场白来替代。

告诉客户你占用他很少时间

在你和客户谈话时，要清楚地告诉客户，你不会占用他太多的时间。现在的人都很忙，都很怕浪费时间，最怕一个推销员来告诉他一些不需要或不感兴趣的事而占去了他宝贵的时间。所以如果客户觉得你会占用他太多的时间，从一开始他就会产生排斥感。

现在的客户也都不喜欢强迫式的推销，这里有一个非常有效的方法能让你的客户解除这种抗拒，你可以问客户一些问题而能够得到正面的回答，同时也会吸引他们的注意力。

举例来说，当你问一个从事营销工作的人："你有兴趣知道，能够有效地让你提高 30%到 50%的营业额的方法吗?"对于这种问题，大部分的人都会回答有兴趣。所以当你问完类似的问题后，接下来就必须马上说："我只占用你大概 10 分钟的时间来向你介绍这种方法，当你听完后，你完全可以自行地来判断这种方法是不是适合你。"在这种情况下，你一方面提前告诉客户你不会占用他太多的时间，而同时你也让客户能够比较清楚地知道，你在销售的过程中不会对他们进行强迫式的销售。

在这个过程中非常重要的一件事情，是你必须重复 2～3 次不断地告诉客户他可以自己做决定，可以自己判断产品是不是适合自己。通过这种方法，你会让客户的抗拒减少，让他们的紧张程度下降。如果你能够这样做，那么你的开场白和销售方式，应该是正确的。

你不应该要求客户给你 30 分钟的时间，因为 30 分钟对某些人来说可能太长。大部分的人，都愿意花 10 分钟的时间来了解某些对他们有好处的信息。

当进行完这个过程后，你应该和客户约定见面拜访的时间。提出两

个见面的时间来让客户选择，不问客户有没有空，而应该问他们哪个时间有空。当你问完这个问题后，如果客户说这些时间都没有空，你必须一直持续地问下去，直到他们告诉你什么时候你可以去拜访他们为止。

在这个过程中，你也许会碰到客户说："你明天再打电话与我约时间。"当客户提出这样的要求时，你绝对不可以答应客户到第二天再打电话约时间，因为第二天打电话约时间就等于约不到时间了。所以你应该婉言拒绝，并设法在当天就与客户约好时间。



八、消除对名人的恐惧

你有没有向名人推销的经历？你有没有想过把你和你的产品介绍给那些有名的人物？如果没有，这说明你还是缺乏勇气与信心。

有人曾问过美国推销大师弗兰克·贝塔哥，在向名人推销时有没有害怕过？他说，不只是害怕，简直是惊恐。很多年前，在初干推销保险这一行时，一想到会见那些名人，他就感到手足无措。但是他知道要想在推销保险上成功，就得多亲近这些名人。

他所面对的第一个名人是休斯先生，海崖汽车公司的领导。经过多次预约才能见到休斯先生，为此，一走进休斯那装饰豪华的办公室，他就紧张得不得了，连说话的声音都发起抖来。过了一会儿他不再发抖，但仍然紧张得不能把一句话说完整。休斯先生看着他，感到很惊讶。他结结巴巴地说："休斯先生……啊……我早想来见您了……啊……现在终于来了……啊，可是我很紧张，说不出话来。"这么一个看似失败的开场却使得会谈最终得以顺利地进行下去。

然而，休斯先生很友善地说："不要紧张，来，放松一点，我年轻时也像你这样。"经过他热情的鼓励，弗兰克的心里平静了，手脚不抖了，脑子也清楚了。那一天，他并没有向休斯先生卖出保险，但获得了比卖出一份保险更有价值的东西。他明白了这样一条原则：如果你害怕，你就承认。

克服恐惧

恐惧是因为勇气不足，承认自己没有足够的勇气面对名人，并把这点牢记在心中。以后练得多了，你心中的勇气大增，恐惧就自然消失了。其实，有些经常抛头露面的人士面对公众时偶尔也会感到恐惧。

莫里斯·伊文斯是公认的世界上最杰出的莎士比亚剧的演员。但在1937年春天于纽约帝国剧院举行的美国戏剧艺术学院的毕业典礼上，他却因为紧张而语无伦次。当时，伊文斯先生是那次毕业典礼上最主要的发言人。他不知道怎么回事，紧张得说不下去。他说："我准备了很久，但我在这么多重要的来客面前感到恐惧，以至于不知所云。"伊文斯公开承认他的恐惧，男女老幼都被他感动。大家依然十分喜爱他。

所以，你不要仅仅因为恐惧这个愚蠢的理由，而不敢冒险去争取与名人结识的机会。不去试一试，你永远无法知道自己是否有能力在推销上更上一层楼。

你要知道，那些闻名遐迩的人物也是可以接近的，实际上这也正是他们可以成功的原因之一。高高在上的人是无法最终成功的。他们也愿意听取新的主意，也喜欢和推销员保持密切的联系。

杰克的做法

1977年，杰克正好30岁，那时他已经在证券界干了八年，长时间的紧张工作使他精疲力竭，于是，他一次性地休了五年的长假。幸运的是，当他重入江湖的时候，正是股市兴旺期的前期，当时的一级公开发行市场简直是炙手可热。

新上市的公司都尽量宣传自己的业绩，并极力向弗朗西斯科投资共同体游说，而且会晤交谈一个接一个。但不管怎样，购买所有公司的股票是绝不可能的。当时，杰克还没有进入实际操作，所以他有机会参加所有的会谈。会谈后，杰克把那些给他留下最深刻印象的公司的报告汇总起来，然后，把资料分发给感觉有前途的慈善机构的投资者利用。

当时硅谷的高科技股票正处于顶峰，可是这次发行的偏偏是一支低科技股——A出租汽车代理公司股票。这是一家来自克利夫兰的小公司，公司的经营范围是出租车而不是硅片。公司控制着保险替代市场——当保险公司的客户在出了车祸或者车被盗之后，A出租汽车公司就

把车租给客户。

经过分析，杰克认为这是一个肯定能快速增长的好公司，但投资者脑子里总转不过弯来，他们或是讨厌它或者完全忽视它。对他们来说，这家公司显得没有一点吸引力。

杰克开始考虑有谁会欣赏并看中这家公司。他想了又想，最后终于记起了美国最大的互助基金菲蒂尼·麦哲伦基金的基金管理者彼得·朗奇。在彼得·朗奇任职期间，他的做法是绝对成功的，他给投资者带来了高达27％的投资回报率。朗奇是世界著名的基金管理人，他不仅拥有众多的资金，也拥有数目众多的股票，所以他采取的任何行动都将是最大的、最好的和最有影响力的。

于是杰克开始和菲蒂尼的人接触，杰克紧张地问他们："您能告诉我彼得·朗奇的电话号码吗?"很轻松地，对方告诉了他朗奇的电话号码。

接着，杰克按给的号码拨通电话，他预想要费一番口舌才能和朗奇接上话。可出乎意料，电话那边传来一个声音："我是彼得·朗奇，请讲。"

"我叫杰克·苏里文，"杰克说，"也许您没有听说过我，也可能不知道我的公司，但是我最近发现了一个您也许会感兴趣的投资机会……"

电话那边没有回音，静悄悄的。杰克不敢奢望很容易就能够和彼得·朗奇谈到一起。

"您也许不想听下去了，是吗?"

"不，不，说下去，说下去!"

"那好，在弗朗西斯科为A出租汽车公司发行股票后的午后会议上，我发现这家公司极具吸引力。但奇怪的是，除了承包商和这家公司的管理者外，没有人同意我的观点。我想你肯定会认为这是一次绝好的买进机会。股票将在波士顿上市，时间是星期二。"

"你为什么看好它?"朗奇问道。

于是杰克简短地陈述了一下可以买进的原因。

"谢谢，再见。"朗奇听完后挂上了电话。

果真不出杰克所料，A出租汽车公司的股票上市时才4点，过了不久就爬升到了19点。不用说，彼得·朗奇为此而高兴得不得了。

几个月后，杰克又看中了一家公司，于是他决定再次告诉朗奇，和上次不一样的是，朗奇已经听出是杰克了：

"是杰克·苏里文吧……"

杰克还没有开口，他又说："噢，太好了，果真是你，我买了12万股你上次推荐的股票。这真是一个了不起的主意。我需要像你这样的人。"

听到彼得·朗奇这样的人对杰克说"我需要像你这样的人"，这件事足以让杰克相信，自己一定是一块投资者的好材料。它也更强化了杰克已形成的他自己的投资技巧。杰克坚信他能够走向成功并且在掌握大量资金上取得不俗的成绩。

杰克说，当他赢得菲蒂尼这个大客户之后，他的信心就上升了。"它给了我自信和勇气，"他说到，"而且从那时起我就坚信我能和任何人打交道。我也相信我能够选好股票。"

在那次和彼得·郎奇的成功合作之后，杰克就不断向其他一些高收益的慈善机构的基金和大户投资者提供建议，这使得他一度成为全美最成功的股票经纪人。

你要记住的是，名人也并非是不可接近的。只要你鼓足勇气，你就能和任何人打交道，包括那些看上去根本不可能接近的名人。

九、与客户同步

根据心理学的研究，人与人之间亲和力的建立是有一定道理存在的，有一些技巧可以帮助你建立与他人之间的亲和力。你并不需要与他认识一个月、两个月、一年或更长的时间才能建立亲和力。如果方法正确了，你可以在5分钟、10分钟之内，就与他人建立起很强的亲和力。

情绪上同步

情绪同步是指你能快速地进入客户的内心世界，能够从对方的观点、立场看事情、听事情、感受事情。

做到情绪同步最重要的是“设身处地”这四个字。很多人都会觉得听了许多遍，但是你是不是真能设身处地地站在对方的立场上来感受事情呢?

你知道，作为推销员，每天都要保持活力，要有自信心，笑容常挂在脸上，碰到客户一定要兴奋，要有活力，一定要保持笑容。可为什么有时不奏效呢？因为你所碰到的对象，未必也是常常笑容满面、很兴奋、很有行动力的人。当你同一个客户谈事情，发现这个客户比较严肃、循规蹈矩、不苟言笑，若要和他建立亲和力，进入频道，你需要和他在情绪上比较类似。假如碰到另一个人，他比较随和，爱开玩笑。你在情绪上也要和他同步，同他一样比较活泼，比较自然。

这是一位进口啤酒公司营销部的总经理，姓张。有一次，他们公司进口一种新品牌的啤酒。在扩大市场的过程中，有一个开了10家连锁饭店的潜在大客户，张总想把新近进口的啤酒销售给这个客户，他去拜访这个老板许多次，每一次都不得其门而入。对方不是态度很冷淡，就是敷衍了事。

有一次，他再度尝试去拜访这位客户，当他走进对方的办公室，还未来得及问候，这个客户一见到他就很生气地一拍桌子说："你怎么又来了，我不是告诉过你我最近很忙，没有空吗？你怎么那么烦人，你赶快走吧，我没有时间理你。"

如果你遇到这种情况，是不是心里很不舒服呢？但他却不但没有心里不舒服，而是马上就想到了"情绪同步"这四个字，所以他立刻用和客户几乎一样的语气说："陈董，你怎么搞的，我每次来，都发现你的情绪不好，你到底为了什么事情烦心？我们坐下来谈谈。"

说完之后，那个客户马上闭嘴，变得非常听话。这位张总见了之后，马上改变说话的口气，很和气地说："陈董，怎么回事呢？我来拜访了你四五次，每一次都看到你的情绪不是很好，你是不是有什么烦心的事？我们一起聊聊。"

这时候，那个老板也用类似的语气说："张先生，我最近实在是烦死了。为什么呢？你知道我是从事连锁餐饮行业的，我好不容易花了很多时间培养了三个分店经理，因为我今年下半年计划开三家分店。现在一切准备就绪了，但上个月我新培养的三个分店经理却都让我的竞争者以高薪给抢走了。"张总听了后拍拍他的肩，说："哎，陈董啊，你以为只有你才有这么烦心的人事问题吗？我也和你一样烦恼呀。你看看，我们最近不是有新的产品要上市吗，前几个月我好不容易用各种方法招来十几个新的推销员。每天我早上加班，晚上也加班地培养他们，想把我们的市场打开。结果才一个月多的时间，十几个新的推销员走得只剩下了五六个。"

接下来的几分钟，他们互相抱怨，现在的员工是多么的难培养，人才是多么的难找……讲了十几分钟后，张总站起来说："陈董，既然我们俩对于人事的问题都比较头痛，咱们也先别谈什么啤酒的事了。正好我车上带了一箱新进口的啤酒，搬下来你先免费尝一尝，不管好喝不好喝，过两个星期，等我们两人都解决了人事问题后，我再来拜访你。"

那个陈董听了后就顺口说：“好吧！那你就先搬下来再说吧。”搬下来后，两个人就握手互道再见了。

你说，这位张总最后谈成了这笔生意吗？当然谈成了。在谈话的过程中，他有没有从头到尾地推销他的产品？没有。事实上他花了大部分的时间同这个老板建立起亲和力，这就是所谓的情绪同步。

语调和语速同步

要做到语调和语速与对方同步，你首先要先学习和使用对方的表象系统来沟通。

所谓表象系统，分为五大类。每个人在接受外界信息时，都是通过五种感官来传达和接收的，它们分别是视觉、听觉、触觉（感觉）、嗅觉和味觉。而在沟通上，最主要的是通过视、听、触（感觉）三种渠道。由于受到环境、背景及先天条件的影响，每个人都会特别偏重于使用某一种感官要素来作为头脑接受处理信息的主要渠道。

对不同表象系统的人，你需要使用不同的速度、语调来说话。换句话说，你得用他的频率来和他沟通。以听觉型的人为例，如果你想和他沟通或说服他专做某件事，但是却用的是视觉型极快的速度向他描述，这样效果恐怕很差。你得和他一样用听觉型的说话方式，不急不慢。用和他一样的说话速度和语调，他才能听得真切，否则你说得再好，他也是听而不懂。

再以视觉型的人为例，若你以感觉型的方式对他说话，慢吞吞而且不时停顿地说出你的想法，不把他急死才怪。

所以对不同的人要用不同的方式来说话，对方说话的速度快，你得和他一样快；对方说话的声调高，你得和他一样高；对方讲话时常停顿，你得和他一样也时常停顿。若能做到这一点，对你的沟通能力和亲和力的建立将有莫大的帮助。

那么，怎样才能分辨出这几种不同类型的人呢，你需要掌握他们的

特征。

1. 视觉型的人

什么是视觉型的人？这种人的头脑在处理信息的时候，大部分通过视觉画面的储存来处理。所以，视觉型的人特别容易回忆起图像或在头脑里看到的画面。这种人的头脑在处理信息时，大部分是通过画面来处理的。

正因为视觉图像的变化速度一般较说话速度快，所以视觉型的人为了能跟上头脑的图像变化速度说话就会比较快。视觉型的人第一个特征是说话速度快。第二个特征是音调比较高。因为通常当一个人说话速度越快，相对的音调也就比较高一些了。第三个特征是胸腔起伏比较明显。第四个特征是形体语言比较丰富。

2. 听觉型的人

听觉型的人的头脑在处理信息的时候，大部分是通过声音来处理。因为声音变化没有视觉画面的变化快，因此相对来说，听觉型的人比视觉型的人说话速度慢。他们说话速度比较适中，音调有高有低，比较生动。听觉型的人对声音特别敏感。另外听觉型的人在听别人说话时，眼睛并不是专注地看对方，而是耳朵偏向对方的说话方向。

3. 感觉型的人

与以上两种人都不同，感觉型的人有如下四种特征：第一个特征是讲话速度比较慢；第二个特征是音调比较低沉、有磁性；第三个特征是讲话有停顿，若有所思；第四个特征是同人讲话时，视线总喜欢往下看。

了解和掌握了不同类型的人具有的特征后，你在同客户见面时就比较能够应付自如了，不至于出现“各说各话”的尴尬情景。

十、对客户感兴趣

你1个月的客户源是多少？你是否为找不到客户而发愁？不要着急，你只要对别人真心感兴趣，在两个月之内，你所得到的客户，会比一个要别人对他感兴趣的人，在两年之内所结识的人还要多。

已过世的维也纳著名心理学家亚佛·亚德勒，写过一本叫做《人生对你的意识》的书。在那本书中，他说："对别人不感兴趣的人，他一生中的困难最多，对别人的伤害也最大。所有人类的失败，都出自于这种人。"

豪华·哲斯顿被公认为是魔术师中的魔术师。前后四十年，他到世界各地，一再地创造幻象，迷惑观众，使大家吃惊得喘起气来。共有6000万人买票去看他的表演，而他几乎赚了两百万美元的利润。

他成功的秘诀在哪里呢？他的学校教育当然跟这一点关系也没有，因为他很小的时候就离家出走，变成了一名流浪者。他搭霸王货车，睡在谷堆里，沿门求乞，坐在车中向外看着铁道沿线上的标志，因而学会了识字。

他的魔术知识是否特别优越？不，他自己就这样说。关于魔术手法的书已经有好几百本，而且有几十个人跟他懂得一样多。

但他有两样东西，其他人则没有。第一，他能在舞台上把他的个性显现出来。他是一个表演大师，他了解人类天性。他的所作所为，每一个手势，每一个语气，每一个眉毛上扬的动作，都在事先很仔细地预习过，而他的动作也配合得分毫不差。

此外，最关键的一点是，哲斯顿对别人真诚地感兴趣。他说，许多魔术师会看着观众，而对自己说："嗯，坐在底下的那些人是一群傻子，一群笨蛋；我可以把他们骗得团团转。"但哲斯顿的方式不同，他每次

走上台，就对自己说："我很感激，因为这些人来看我的表演。他们使我能够过着很舒适的生活，我要把我最高明的手法，表演给他们看。"

对每个人感兴趣

正是因为哲斯顿对别人感兴趣，才获得了空前的成功。你虽然是推销员，不是魔术师，但这一定律同样适用。不相信是吗？那么看一看新泽西强森公司推销员爱德华·西凯的例子。

"许多年前，"他回忆说，"在马塞诸塞地区，我为强森公司拜访了一位客户。这个经销商是在音姆的杂货店。每次我到店里去，总是要先和卖冷饮的及店员们谈几分钟，然后再和店主谈订单的事。有一天，我正要跟店主谈，但他要我别烦他，他不想再买强森的产品了。因为他觉得强森公司都把活动集中在食品和折扣商店上，而对他们这种小杂货店造成了伤害。我夹着尾巴跑了，然后到城里逛了几小时。后来，我决定再回去，至少要跟他解释一下我们的立场。

"在我回去时，我跟平常一样和卖冷饮的及店员都打了招呼。当我走向店主时，他向我笑了笑并欢迎我回去。之后，他又给了我比平常多两倍的订单，我很惊讶地望着他，问他我刚走的几小时中发生了什么事。他指着在冷饮机旁边的那个年轻人说，我走了之后，这个年轻人说，很少有推销员像这样，到店里来还会费事地跟他和其他人打招呼。他对店主说，假如有人值得与他做生意的话，那就是我了。店主觉得也对，于是就继续做我的主顾。我永远都不会忘记，真心地对别人产生点兴趣，会是推销员最重要的品格——对任何人都是一样，至少以这件事来说是如此。"

表现出你对客户的兴趣

许多年来，费拉达尔菲亚的克纳弗，一直试着要把煤推销给一家大的连锁公司。但是该连锁公司继续从另一个镇上把煤买来，继续经过克

纳弗的办公室而不进去。为此，克纳弗一直骂着这家连锁公司，说他们是美国的一个毒瘤。

然而在一次辩论中，克纳弗答应了站在连锁商店的一方进行辩护。于是他就跑到那家他痛恨的连锁公司，去会见一位高级职员。他说："我不是来这儿推销煤的。我是来请你帮我一个大忙。"他接着把辩论的事告诉他，说："我是来找你帮忙的，因为我想不出还有谁比你更能提供我所需要的资料。我非常想赢得这场辩论，你的任何帮助，我都会非常感激。"

以下，是以克纳弗先生自己的话说出故事的结果：

"我请他给我 1 分钟的时间。就是因为这个条件，他才答应接见我的。当我说明了来意之后，他请我坐下来，跟我谈了 1 个小时又 47 分钟。他请一位曾写过一本有关连锁商店的书的高级职员进来。他写信给全国连锁组织工会，为我要了一份有关这方面的辩论文件。他觉得连锁商店对人类是一种真正的服务，很以他为数百个地区的人民所做的而感到骄傲。当他说话的时候，眼睛都闪出光芒。我必须承认，他使我看到了一些我以前连做梦都不会梦到的事，他改变了我整个的想法。

"当我要走的时候，他送我到门边，用他的手臂环绕着我的肩膀，祝我辩论得胜，请我以后再去看看他，把辩论的结果告诉他。他对我所说的最后几句话是：'请在春末的时候再来找我。我想签下一份订单，买你的煤。'

"对我来说，这简直是奇迹。我一句话也没提出来，他居然主动要买我的煤。我在两小时中，因为对他和他的问题深深地感兴趣，比十年中我要使他对我和我的煤感兴趣，所得到的进展还要多。"

所以，不要希望客户会主动地对你感兴趣，你应该对客户充满了兴趣。同样，你对别人感兴趣的时候，也正是别人对你感兴趣的时候。

深深热爱自己的职业

乔·吉拉德相信，成功的起点是热爱自己的职业。无论做什么职业，世界上一定有人讨厌你和你的职业，那是别人的问题。“就算你是挖地沟的，如果你喜欢，关别人什么事？”

他曾问一个神情沮丧的人是做什么的，那人说是推销员。乔·吉拉德告诉对方：推销员怎么能是你这种状态？如果你是医生，那你的病人会杀了你，因为你的状态很可怕。

他也被人问起过职业。听到答案后对方不屑一顾：你是卖汽车的？但乔·吉拉德并不理会：我就是一个推销员，我热爱我的工作。

美国前第一夫人埃莉诺·罗斯福曾经说过：“没有得到你的同意，任何人也无法让你感到自惭形秽。”乔·吉拉德认为在推销这一行尤其如此，如果你把自己看得低人一等，那么你在别人眼里也就真的低人一等。

工作是通向健康和财富之路。乔·吉拉德认为，它可以使你一步步向上走。全世界的普通记录是每周卖 7 辆车，而乔·吉拉德每天就可以卖出 6 辆。有一次他不到 20 分钟已经卖了一辆车给一个人。对方告诉他：其实我就在这里工作，来买车只是为了学习你销售的秘密。乔·吉拉德把订金退还给对方。他说他没有秘密，若非要说秘密的话，那就是“如果我这样的状态能够深入到你的生活，你会受益无穷”。

他认为，最好在一个职业上待下去。因为所有的工作都会

有问题，明天不会比今天好多少。但是，如果频频跳槽，情况会变得更糟。他特别强调，一次只做一件事。以树为例，从种下去、精心呵护，到它慢慢长大，就会给你回报。你在那里呆得越久，树就会越大，回报也就越多。

一、热爱推销工作

一个身强力壮的小伙子，却没有一整天工作的干劲，另一个是老当益壮的六旬老叟，却能把工作干得比所有人都好。把这两个人加以比较，似乎有些荒谬，然而却发人深省！

显而易见，其差别在于态度——前者不热爱自己从事的工作，而后者酷爱自己的工作。一般来说，人们越是热爱自己的工作，干劲就会越大。不仅如此，要是我们热爱某项工作，终究会把那项工作干好的。

有人对各行各业被公认为“成功者”的人进行调查，发现他们有一个很大的共同点，这就是他们爱自己的工作。

对你来说，也应是如此。干了一辈子推销工作的乔·吉拉德就说：“有人说我是天生的推销员，因为我十分热爱销售工作，我确实认为，我早年成功的主要原因是我热爱推销工作。我认为，同我在一起的其他推销员比我更有才能，但是我的推销额却比他们的多，这是因为我拜访的客户比他们多。在他们看来，推销工作是单调乏味的苦差事。在我看来，它却是一场比赛。”

你一定有过这样的体验：当上班时与别人发生别扭，或是工作上遭受意外的挫折，或是受到领导的责备批评，便会觉得工作没有乐趣。而上班时感到工作没有乐趣，下班后回到家并不一定能得到解脱。因为休息是工作的延伸。工作开心，下班了心里便会想着工作的欢乐，而且回味无穷。

工作不能和休息分离，它是决定人生喜忧的基本因素，可以说，工作是人生。

怎样使自己工作时快乐呢？

快乐是一种感觉。当你感到工作有意义、有价值，工作起来便会很愉快。而工作时心情舒畅，这快乐的情绪就会感染客户，这样，推销成绩自然就会好起来。反之，你若觉得工作没意思、没价值，那么工作时一定很不愉快，这种低沉情绪同样也会传染给客户，当然推销成绩不可能理想。

其实推销工作是很有意思的，因为你的努力会日复一日、月复一月明确地呈现出成果，所以它是展现你的能力的最佳舞台。不仅如此，在接触各式各样客户的过程中，你还可以一面工作，一面学习各种知识。

当你精通推销的奥秘，成为一个成功而老练的推销员后，不管将来你转向什么职业，你都能够成功。推销这一行，可以说是成为万能选手之道。因此，要想成为一个成功的推销员，只有能力强的人才能达到，其他的人是望尘莫及的。





二、人人都是推销员

我们每个人实际上都在进行自我推销，不管你是什么人，从事何种工作，无论你的愿望是什么，若要达到你的目的，就必须具备向别人进行自我推销的能力。只有通过自我推销，你才能取得成功，才能实现你的美好理想，达到你的目的。实际上，每个人都是“推销员”。

现代社会是一个推销社会，我们每一个人都需要推销，我们每一个人都在从事推销。我们无时无刻不在推销自己的思想、观点、产品、成就、服务、主张、感情，等等。

人人都是推销员，什么事都与推销有关，自从你出生以来，你就一直在推销。婴儿又哭又闹，于是妈妈把他抱在怀里，将奶瓶塞到他嘴里。

小时候，你用哭闹向妈妈推销，接到订单就是牛奶和妈妈温暖的怀抱；

当你稍大一点的时候，你就向妈妈推销你的天真、活泼和可爱的天性；

当你知道钱可以买东西的时候，你又采取“赖皮式推销法”，一直哭到父母给零花钱为止；

后来，你又向你的父母推销你的看法，以此来达到你的目的；

你向老师推销，要求他给你记一个高一点的分数；

你向恋人推销感情，你的第一次约会是推销，说服对方相信你能给他带来“安全、幸福和快乐的一生”；

你向朋友推销“忠诚、关心、体贴和永不磨灭的友谊”；

你向上司推销你的建议；

你向儿女们推销为人处世的道理；

你向部下推销你的决策；

你向社会推销你的理论；

演员向观众推销表演艺术；

发明家推销自己的发明；

律师向法官推销辩护词；

老师向学生推销科学文化知识；

男人推销自己的风度和才华；

女人推销自己的温柔和美丽；

服装模特儿推销一定的线条和流行色调；

……

可见，作为一门说服的科学和艺术，推销现象无时不在、无处不在。上至国家元首，下至平民百姓，无一不需要推销。

“盛田昭夫”这个名字对普通人来说，也许还很陌生，但提起“索尼”电器恐怕就很少有人不知晓了。1986 年，盛田昭夫著的《日本·索尼·AKM》一书出版，书中有这样一段话：

“仅有独特的技术，生产出独特的产品，事业是不能成功的，更重要的是商品的销售。”

确实，商品的销售对任何一个企业来说，都犹如命脉。大凡效益好的企业，都把产品的销售摆在显著的位置上。只有重视销售，从而重视推销员的企业家，才称得上是真正的优秀企业家。

所以，如果有谁说瞧不起推销这门职业或者瞧不起推销员，那你就可以理直气壮地盯着那个人的眼睛认真地说：“正是由于我和像我一样的人在从事销售工作，你才能拿你挣的全部收入买东西，这些东西是从谁那里买的?”

这种事情对于任何人来说都是确凿的事实，对方是邮递员也好、是政府官员也好，或者是商人也好，进而是教师也好，是校长也好，都无法否认这个事实。

三、推销是勇敢者的职业

推销是最自由的职业，它的自由主要表现在时间上。没有人规定你上下班的时间，没有人规定你今天必须去推销。

推销是勇敢者才能从事的职业。从事推销活动的人，可以说是与“拒绝”打交道的人。在现实生活中，不会有客户见到你上门来推销商品时，笑容可掬地出门相迎：“欢迎、欢迎，您来得正好！”“真是雪中送炭！”随后便掏腰包成交。果真如此，就用不着推销员了。你从举手敲门、客户开门、与客户的应对进退，一直到成交、告退，每关都是荆棘丛生，没有平坦之路可走。

有人把推销喻为战争，并引用一位在战争中失去一条腿的军官的话来描述“看不见的敌人”的可怕：“最恐怖的是眼睛看不见的敌人。与眼睛看得见的敌人作战，心中多少有些充实感；但在密林中作战，看不见敌人，冲进去却没有抵抗，时间 5 分钟、10 分钟地过去，静谧中可怕至极。恐怖成了我心中的敌人……”

你也有两大敌人：看得见的敌人（竞争对手），和看不见的敌人（你自己）。

你在面对日复一日的拒绝时，如果没有顽强的斗志和必胜的信念，免不了会产生“受不了啦！我再也受不了啦！我不想再干啦！”的逃避思想，这就是心中看不见的敌人之一。要想战胜这种看不见的敌人，除了你自己给自己鼓气外，别无良策。

战胜自我

丰田公司极其重视推销员的自我管理教育。在自己管理自己的方法上，如对工作的认识、建立价值观念、养成计划性、培养实践能力、妥

善安排时间、不间断地学习、注意健康、克服工作上萎靡不振的情绪，以及如何全神贯注地工作等等有关方面的教育，公司都抓得很紧。有一篇文章反映了丰田公司推销员自我管理的真实情况，文中写道：

“我认为所谓的自我管理，首先就是苛求自己。我把一个星期的工作计划分为上午和下午两部分，把要走访的地方分为 6 等分。星期一走访葛饰区立石路的 1 号到 100 号街，星期二走访第 101 号至 200 号街，星期三……这样一个星期结束以后，就转完了我所负责的整个地段。我把这种做法一直作为绝对的、至高无上的命令来执行。所谓硬闯和推销管理工作，都安排在每天下午去搞。上午专搞接洽生意或类似接洽生意的工作，从下午 4 点起，搞交谈、修车等工作。我的工作计划大体上就是如此，并坚决执行——这就是我的推销计划，也就是自己管自己。

“参加工作的第一年，往往都是我一个人在街道上转来转去，觉得非常难受又寂寞，有时也深感推销工作真叫痛苦。可是，每逢这时，我就勉励自己说，自己痛苦的时候别人也痛苦。说老实话，我想如果推销工作是一帆风顺的，也就无所谓自己管理自己了。自己管自己这个问题之所以受到重视，是因为任何人都不能随心所欲地去做事情，因为今天一去不返，人们才要求这么严格。我也经常有精神不振的时候，遇到这种情况，就一定在星期天去登山。当我一步一步克服了前进的困难而登到山巅时，那种激动的心情简直就和接受订货、交出汽车时的激动心情完全一样。”

所以说，推销员没有所谓的先天资质，推销员要靠自己去创造、塑造！最重要的必备条件就是，你要有高昂的工作士气。工作士气高昂的推销员比工作士气低落的推销员，能发挥出数倍的效率。

发挥潜能

人体内隐藏着巨大的潜能，如果掌握了正确的运用方法，就会产生令任何人都大吃一惊的成绩。

某小印刷公司推行扩大销售计划，每6个月雇用一名推销员。新雇用的推销员必须先在办公室学习商品知识和谈判方法，然后跟着推销教练到现场学习，最后才能得到该公司经理接见的机会。当经理对他讲一些带有鼓励性的话时，他就等于领到了"推销术的毕业证书"。

有一年，该公司雇用了一个不成熟而且缺乏信心的年轻推销员，这位推销员在经过前两个阶段的学习后，对自己能否胜任工作一点儿把握也没有。他甚至担心经理不发给他"毕业证书"呢。

可是，那位经理在对他讲了"你能干好"之类的鼓励性的话后，说道：

"喂，你听着，我要把我想要做的事告诉你，我打算让你到大街对面的'绝对可靠的预计客户'的住处去推销。以往我也总是把新来的推销员派到那里去推销。理由很简单，因为那个老头是个买主，什么时候都买我们的东西。但是，我要预先警告你，他是一个厚脸皮、令人讨厌、爱吵嘴而且满口粗话的人。你如果去见他，他肯定会对你大吼大叫，仿佛要把你吃掉似的。不过，你要放心，他只是叫嚷一阵而已，实际上他是不会吃你的。所以无论他说什么，你都不要介意。

"作为我来说，希望你默不作声地听着，然后说'是的，先生，我明白了。我带来了本市最好的印刷业务的商谈说明，我想这个说明对你来说，也一定是想要得到的东西。'总而言之，他说什么都没关系，你要坚持你的立场，然后反过来讲你要说的话。可不要忘记啊，他在什么时候，都会向我们的推销员订货的。"

这位被打足了气的年轻推销员冲到了大街对面的屋里，报了自己公司的名字。在头5分钟里，他没有机会讲上一句话。因为那老头不停地给他讲一些无关紧要的事情，一会儿教他某种菜的吃法，一会儿又教他一些莫名其妙的英语词汇。好在这位推销员事先得到过警告，他耐心地等待暴风雨过去。最后他说："是的，先生，我明白了。那么，这是本市最好的印刷业务的商谈说明，这样的商谈说明，当然是您想要得到的

东西。”这样一进一退的进攻和防御大约持续了半个小时。半小时后，那个年轻的推销员终于得到了该印刷公司从未有过的最多的订货。

当他喜滋滋地把订单交给经理时，他说：“您说的关于那位老人的话没错。他是一个厚脸皮、令人讨厌、爱吵嘴、满口粗话的人。可是我要对那位可爱的老人说点稍微不同的话：他真是个买主！这是我在公司任职以来获得的最大的一批订货。”

经理看了一下订单，满脸惊讶地说：“喂，你搞错人了吧？那个老头，在我们遇到的对手中，是最吝啬、最讨厌、最好吵架，而且是最爱说粗话的人！我们这十五年来总想让他买点儿什么东西，可是那个老头连1元钱的东西也没有买。总之，他从来没从我们这儿买过一件东西。”

那么，是什么使这位“新手”获得了这种成功呢？很显然，是经理的话让他鼓足了勇气、充满了信心。

只要你全力以赴地去推销，就一定能达到目标。要有无论如何也要成功的坚定信念。唯有如此，你才会想尽一切办法去与客户接触，说服客户购买自己的商品。



四、推销员的知识储备

如果你的知识贫乏，你就不可能是一名优秀的推销员。在推销这一行中，出类拔萃者无一不是拥有广博学识的人。真正的推销员，永远都不会认为他已掌握了所有应当掌握的知识。

世界上的知识日新月异，要想掌握全部信息资料显然是不可能的。作为一名优秀的推销人员，要妥善处理好与各类客户之间的交往关系，必须尽可能地学习与掌握广博的知识。要记住，你要应付的是社会，是不断变化的各类人和事，因此，要经常了解社会、经济、政治、文化诸方面的状况及其未来的发展趋势。

也许你在工作上磨炼的机会很多，但书本上的磨炼却要有巨大的毅力和耐心。这是因为你整天奔波于推销征途，毫无读书的氛围。许多人往往以太忙、太累为由，说没有时间看书，其实，时间是可以挤出来的，只是没有“心”罢了。

你是一名推销员，从事的是与“钱”、“人”有关的行业。而“钱”是经济活动的媒介，所以应该提升自己对经济的敏感度。除了本身的专业和技巧外，更需要其他的知识储备。基本的理财投资常识、经济景气的循环变动、税法、医疗保险等，都必须时时加以关心注意，以扩展自己的知识层面，积极扮演好你在社会中所处的角色。

然而，作为一名推销员，你的知识储备最多的还应该是精深的专业知识。

完备的行业知识

你对自己的产品或服务的信心和完备的行业知识会直接影响你的客户，只有拥有精深的行业知识，才能替客户做最好的理财规划。你有多



喜欢、了解和相信自己的产品，决定了你在销售过程中所传递的热情和影响力。

1. 相信你的产品

有位推销语言教材的推销员，在电话中向客户推销“在短期内必能说流利英语”的语言磁带。他对客户的讲话技巧不怎么高明，说了半天丝毫也引不起客户的兴趣，但他仍不死心挂断电话。

最后客户不耐烦了，对他说：“如果你能用英语把刚才的话重复一遍，我就买了!”

他愣了一会儿之后，“咔嚓”把电话挂了。因为他连自己本人都不相信在短期内真能学会流利的英语，所以才勉强地赘述商品的特性，磨破了嘴皮子也表现不出丝毫的热忱。

说服本身就是一种信心的转移，成功的推销员对他们的产品和服务具有绝对信心，这种一致性说服的影响力，才是最大的影响力。你的客户永远不会比你还要相信你的产品，所以如果你不相信你的产品和服务，你的客户又如何能够相信这些产品和服务呢？如果他们不相信，又怎么会买你的东西？

你可以去调查一下，市场中有多少对他自己所销售的产品都不能100%相信的推销员也能创造出非常好的业绩？这种人是非常少的，即使有，他们的持续性也不强。所以你不可能销售连你自己都不相信的产品和服务，你必须对你自己的产品和服务抱有100%甚至超过100%的信心和兴趣，这样你才能够把这种影响力传达到你的客户身上。

顶尖的推销员对他们的产品和服务有100%的信心和100%的热诚，他们非常喜欢、非常热爱他们的产品和服务。即使不付给他薪水，他也愿意把他们的产品和服务及点子告诉别人。

当你具有这样一种对产品和服务的热诚和信心时，你离成功的境界也就不远了。

选择适合你的产品和服务来销售是很重要的。每一个人所适合销售的产品种类可能会有所不同。举例来说，有些人适合销售实质的、有形的产品，而另一些人则比较适合销售那些无形的产品。

首先你必须知道你是属于适合销售哪种产品的人。如果让适合销售有形产品的推销员销售无形产品，就不能发挥出他们的能力和潜在特质。所以有很多推销员非常有能力，而他们也知道所销售的产品非常好，他们的服务也非常好，但是他们就是没有办法在这个领域中发挥其潜能，达到很好的绩效。一般来说，主要原因之一就是他们选错了他们所销售的产品。

你对你的产品和服务越具有热诚，这种热诚也会直接传导到你客户的心中。当他们发现你有多喜欢、多爱你卖的东西的时候，他们也会自然而然地接受和喜欢这类产品或服务。

2. 具备丰富的专业知识

如果你想获得极大的成功，你就必须在自己的推销范围内成为一名专家。

想想看，你连自己所卖的产品都不了解，如何将你的产品卖给客户呢？如果你对于所销售的产品不具有充分完整的知识，自然也无法回答客户所提出的问题，不能给客户满意的答复，那么你的业绩是不可能非常好的。

你必须在有限的领域内成为真正的权威，应当对你推销产品的每一个细节无所不知。

搞清楚各种竞争产品的价格，准确掌握对你不利的价差。如果你没有掌握这种信息，就太容易在谈判中被人唬住。

如果你不了解竞争产品的情况，不了解竞争厂家的销售政策和价格政策，当买主夸大另一种产品的优点或受到竞争对手的引诱时，你就会陷入完全被动和无可奈何的境地。如果你能判明买主的话是谎言或出了

什么差错，你就能掌握谈判的主动权，感到力量倍增，并敢于固守自己提出的条件，寸步不让。

掌握产品的详细技术性能，如：材料、性能数据、规格、操作方式等。

一个铝材推销员向一家制造金属围栏的工厂推销自己的材料，他证明某些特制的铝材不但重量轻，不生锈，而且具有足够的强度，结果他做成了生意。因为这个工厂以前生产的围栏有好几部分用的是钢材，厂主原以为铝材缺乏强度，不能使用。

而另一个家具推销员，由于客户发现他不知道自己推销家具的质料而丢掉了一大笔买卖。他一个劲儿地介绍那些家具是樱桃木做的，而客户后来从货签上看到的却是胡桃木。如果你是客户，你会买那些“樱桃木”的家具吗？

熟知你产品的与众不同之处，在一般情况下，市面上同一类商品往往不止一种品牌，常常是一类商品几十种品牌，甚至上百种、上千种品牌。客户为什么非买你的商品呢？你怎么说服他们买你的而不买别人的商品呢？你必须让他们知道你的商品有哪些与众不同之处。

有家螺丝厂，生产技术和设备都属于一流，产品的质量也远远超过了市场上的其他同类产品。但由于生产成本高，产品售价要高出同类产品三成左右，这就给产品的推销带来了一定的难度。

这个厂的推销员走了不少弯路，吃了不少苦头。后来，终于有个推销员想出一个办法，他每到用户那里，就客气而又坚决地要求对方将该厂的产品和用户常用的其他厂家生产的螺丝放在一盆盐水中，浸泡一会儿，然后再一同取出晾在一旁，并向客户说明下周再来看结果。

过了一周，这位推销员再度登门，经过盐水浸泡的螺丝只有他推销的那种没有生锈，其余的都已锈迹斑斑。这时，他不失时机地将本厂的生产技术和设备的先进之处、产品的优越性，以及产品价格为何高于其他同类产品的原因，向客户作了详细的介绍。他又与客户算了一笔账：

该厂螺丝价格虽然略高于同类，但由于质量过硬，折旧率低，还是合算的。特别是该厂的螺丝质量无可挑剔，使用安全可靠，这一优点是其他同类产品无法比拟的。

经过实际试验和推销员的详细说明，几乎所有的用户都心服口服，自愿改用了该厂的螺丝。

3. 培养高超的推销技能

除了对产品的知识外，你的推销能力和技巧也是很重要的。销售是一门专业的领域，是通过不断地学习与磨炼而来的，人的一生是通过不断地学习而进步成长的。想要业绩好，就得学习如何销售与推销。这个道理再简单不过了，就如同你想把网球打好，就得找个好老师教你如何打网球。有许多推销员，口口声声说想要把业绩做好，却非常吝啬于投资时间和金钱在学习成长上，这种错误的观念所造成的损失是非常大的。

缺乏产品知识或销售能力的不足时常会造成大量的时间浪费，这是推销员时间管理不善的一个重要原因。如果你对产品的知识了解得不够丰富，当客户问起你关于产品的某些问题时，你无法立刻答复；或者因为所具备的销售技巧不熟练，而当客户提出某些购买抗拒时，无法当场解除客户的抗拒，那么你必须和客户再约定下一次的见面时间，或尔后再打电话给这位客户。

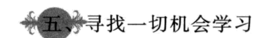
每当这种情形发生时，也就表示你已经丧失了最佳的与客户缔结合约的时机，因为当你一旦回去准备资料时，你的客户可能已经改变了心态。而当你下一次见到这位客户时，你得从头说服他一次，甚至他已经对你的产品完全不感兴趣了。这样一来，你不但浪费了大量的时间，同时也损失了一个可能的潜在客户。

所以要成为一个优秀的销售人员，你一定要对自己的产品拥有丰富的知识及专业的销售能力和技巧。

成功的推销员永远不欺骗客户，世界上最大的傻瓜就是把别人都当成傻瓜的人。现在的客户都非常精明和聪敏，任何一个客户都可以很容易或直观地看出你对他们是否真诚。

当你想要欺骗客户的时候，客户会很容易地识破你，而在这时候你损失的不会只有一个客户，而是这个客户以及他身边所有的关系和朋友。





五、寻找一切机会学习

经常学习新的知识，每天学习改善推销的方法，是你提高推销技巧的根本保证。

不管推销对象是谁，在什么场所推销，你都必须满怀信心地面对每一个客户，发挥你的潜力。你所遇到的客户的种种不满情况，都是你学习的材料。他们将使你成为更精明、更杰出的推销员，因此，你必须虚心而努力地学习。“闭关自守”的推销员是不会成功的。所以，你首先应该向客户学习，从他们的不满和疑问中，从他们的交易习惯和方式中，从他们的言谈举止中，学习你认为有用的东西。

除了向客户学习，你还必须特别留心观察别的推销员的推销方法和各种推销技巧的运用。

应该知道，不管你多么精明能干，在商场上，随时都会有人准备对你取而代之。这些人也许比你更加精明，更加斗志昂扬，在推销上也可能比你更有法子。因此你必须加以注意，细心观察，从他们那里学习到你这里没有的技巧、方法、方式，从他们那里得到重要的启发，改进你自己的工作。

“山外有山，楼外有楼”，切不可自以为是，认为别人都不如自己，那你可就要吃亏了。你要知道，这些人无时无刻不在处心积虑地突破你过去的销售成绩，超越你的地位。这一事实，你必须牢记在心，不断鞭策自己虚心学习，加倍努力。

为了提高成交率，你的反应必须非常敏捷，对于任何问题，都必须了解其要领及重要问题，必须要多方研究和学习。这样获得的知识，更有助于你应付客户。拥有多方面的知识，可丰富交谈的话题，让彼此心情愉快。这种共识的基础，也可以成为客户和你之间成交的跳板。

因此，你应努力学习各种知识。为了了解各种客户的心理，你应该学习心理学；你还可以从公共关系学中吸取与人交往的知识和技巧；你还应该在社会学的范畴内，研究人的行为模式、习惯以及不同年龄反映在性格上的差异……你应该使自己成为一个知识全面的推销员，这会使你在推销时，在各种场合下，遇到各种人都能自信、从容、胸有成竹。

此外，别忘了向你自己学习，向你自己的成功学习，积累宝贵的经验；向你自己的失败学习，吸取不可多得的教训。

你可以将你所经历的最富代表性的推销事件记录成一个推销案例，对它加以研究，你会发现很多有用的东西；你还可以经常将你已经完成的某个推销事件拿来，放在脑子里，从前到后过一遍，保留令你满意的细节，将你不满的地方加以修改，使整个事件趋向完美；你还可以用一个案例作为蓝本，变化各种条件，制定不同的推销策略，这种“纸上谈兵”的办法有时的确能达到意想不到的效果。

这就如同参加考试一样，你首先应该复习，在复习中把各种可能的情况都尽量考虑到。那样到考试时你才能得心应手。而对推销来讲，面对真正的客户就是一场考试。学习各种知识，就是这场考试的复习，复习得好才能考得好。



六、培养敏锐的洞察力

不同的人在天资、能力、个性、生活阅历、社会经验等方面存在着不同的差异，因而对一件事情就可能产生不同的看法，仁者见仁，智者见智。又由于各人所处的地位、担负的工作及生活习惯不同，从不同的角度去观察问题时，也会得出不同的结论，正所谓“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”。

在日常生活和工作中你可以发现，有些人擅长于察言观色，而有些人对别人的态度变化则显得迟钝木讷，这说明不同的人敏感性和洞察力是有一定差别的。如果你具有敏锐的观察能力和行为上相应的灵活性，从这个角度看，你是比较适合于从事推销工作的。

身为专业推销员，不管是你去客户的办公室还是客户来找你，一开始，你一定要先探求视觉上的信息。客户是什么模样？他的整体外表，衣着打扮如何？开什么车？对待同事的方式如何？你也要注意极细微的小地方，如手指甲、头发、鞋子、手上戴的戒指和手表等等。

有一些推销高手，厉害到能把见过的陌生人从头到脚如数家珍地描述出二三十样的小事物出来，即使跟他相处时间极其短暂。这种只看几眼就能迅速记住细节，然后归纳出客户模样，形容得头头是道的观察本领，是不是会让你想到神探福尔摩斯？单单这一项观人入微，能精确推算出人家生活状况的本领，就足以让福尔摩斯加入推销高手俱乐部！

当然，这种本事是要经过不断训练、积累经验才能拥有的。

有好奇心就够了

如何才能提高你的观察能力呢？

答案是：有好奇心就够了！

好奇心是推销高手特有的一种厉害本质。对人、对事，对一切能让这个世界团结运转的东西好奇。

好奇是出自内心的一种疑问，要是有足够的好奇心，1个月之内能学到的知识会比别人一年学的还多！所谓好奇，包括观察、发问、学习。所以，你要尽量好奇才行。

让我们来设想一个情况，一位推销员去参加在职进修研讨会，他会秉持什么态度？也许到那里，参加了每一场演讲，觉得有些很不错，有些却无聊得让人想睡觉。结束后，也许认为自己学到了一些经营法宝，也许会懊恼自己浪费了时间和金钱。

有好奇心的推销员会如何呢？他也和其他人一样，希望听到些专家之言。可是，他会同时睁大眼睛观察周围的一切状况和每一个人、重要的事物和一些看起来毫无关系的细枝末节，正因为他对任何新事物都好奇，他会注意：

会场上其他同仁如何穿着打扮，是打领带，穿运动鞋，还是手上带了戒指，为什么？他们开哪一种车子？

留小胡子是不是已过时了？现在流行看哪些书？

哪些同事让人有鹤立鸡群的感觉？为什么？他们有什么特质和表现？

中场休息时同事谈的是什么？有没有什么新趋势或新的市场契机？

有没有谁做了什么可观的推销演说，厉害到连沉睡了的客户都能被说服？

那些讲师上台时的气势如何？看得出他们花了多少工夫在自己的外观打扮上吗？他们是不是真的像自己说的那么有权威、有成就？他们是如何掌握听众的？

这样的推销员与众不同之处，就在于他抱着不同的心态，所以能从研讨会上除了听讲之外，还能获得满箩筐的宝贵经验和知识。

缺乏好奇心的推销员却只知道大肆批评讲师差劲，抱怨什么都没有学到，言下之意当然是错不在己……

请你把这种好奇心推而广之，应用到生活的其他方面上去，不论是在事业上还是在私人生活上。

只要拥有想观察、发问，外加学习的那股动力，只要你事事好奇，就等于对这世界，对周围的人、事、物张开了另一对眼睛。有了完全不同的正面观点，你的经验宝库就会迅速充实。

观察可见的信号

客户每一种表情和动作都有一种潜在的含义，那些明显的生理变化，相信你能够从人们的购买习惯中发现一些有价值的信号。

譬如，当一位服饰鲜艳、珠光宝气的顾客走进汽车展销大厅时，你就知道她可能更喜欢买那种刺激、新潮的车。或者，如果在客户的办公室或家里看到摆放着许多小玩意儿的话，你就知道他会乐意买一辆挂有艺术品的车。总之，无论是墙上的工艺品，还是桌上的照片，都能告诉你一些有关客户的信息。简单朴实的梳妆台，不加装饰的办公室则意味着客户可能偏爱简练实用的车型。当然，这一切都仅仅是你心底隐隐约约的预想。在实际推销中，你要保持灵活，只有在更多更深地了解了客户之后，才会尝试使生意成交。

有些人喜欢追求高档豪华，而另一些人则选择经济实惠。虽然有时候这是由人们钱多钱少决定的，但在另一方面，这只是一种生活方式的不同。你必须正确判断，以免上当受骗。很多人看起来很穷，但他们却能用现金买下最昂贵的车。所以，提醒你不要抱有成见。

如果你做的是汽车生意，你会很自然地留心观察别人的车。有些人开着破破烂烂的旧车跑来跑去，而家中的车库里停放着好几辆昂贵的新

车。你关心的不是他们车的新旧或型号，而是要观察车的保养状况。譬如一辆带着裸线、碎玻璃和其他不安全因素的车会告诉你，车主很可能正在艰难度日。如果他是位有家室的人，这一点就更为真实可信了，因为很少有人情愿让自己的家人时时处于不必要的危险之中。当然，你用不着一定要靠推销汽车才能得出这样的结论。不管你推销什么，你都可以做同样的观察。

你不仅要观察客户周围的信号，更为重要的是观察客户的表情和动作。

就客户而言，当听了你一番诱导购买的说辞后，会作何感想，可以从客户脸上的表情看出来：

嘴角向后拉起，或是嘴呈半闭状态的样子；

随着讲话的内容，表现出各种表情的时候（因为他正听得入迷的关系）；

眼睛眯起来，或者眨都不眨的时候；

随着讲话人的动作或指示，而转移他的视线。

有上述这些表情时，你就可以确定听的人，是非常有兴趣而专注地在听。这时，千万不要打断客户的情绪，更不可以瞪着大眼看着客户。因为这一看，很可能使客户马上转移视线，而原来在他心里准备购买的念头，也会随着视线的回避而烟消云散。这时你就得和开始一样，再用亲切的口气，重新一步一步地诱导对方，使他再度产生购买的兴趣。因此，你在同客户交谈时，对客户应对态度的忽然改变要提高警觉。

当你在与客户接洽生意，如果客户显出无法决定时，一定会从他的行为中表现出来，这一表现就是其心动的意念。你要注意观察这些信号：

1. 眼睛专注是渴望

最能够直接透露购买信息的就是客户的眼神。若是商品非常具有吸

引力，客户的眼中就会显现出美丽而渴望的光彩。例如：当你说到使用这一商品可以获得可观的利益，或是节省大额金钱时，客户的眼睛如果随之一亮，就代表客户的认同点是在获利上，此时客户正显露出他的购买信息。

2. 动作是思想的延伸

你将宣传资料交给客户看时，若他只是随便地翻看后就把资料搁在一旁，这说明他对于你的资料缺乏认同，或是根本没有兴趣。反之，若见到客户的动作十分积极，仿佛如获至宝一般的频频发问与探询，则是已经浮现出的购买信号。

3. 姿态是信心的表现

当客户坐得离你很远，或是跷着腿和你说话，甚至是双手抱胸，都是代表他的抗拒心态仍然十分强烈。要不就是斜靠在沙发上用慵懒的姿态和你谈话，或是根本不请你坐下来谈，只愿意站在门边说话，这些都是无效的推销反应。

反之，若是见到客户对你说的话频频点头应和，表情非常专注而认真，身体越来越向前倾，则表示客户的认同度高。两人洽谈的距离越来越近，则表示客户购买的信息更加明显。

4. 口气与声音是传递想法的工具

当客户由坚定的口吻转为商量的语调时，就是购买的信号。另外，当客户由怀疑的问答用语转变为惊叹句用语时也是购买的信号。例如：你们的产品可靠吗？你们的服务做得好吗？等问句就表现了客户的意向。如果这些问句变为：使用你们产品之后有没有保障呢？必须多久保养一次？也都透露出客户在认同产品后，心中想象将来使用时可能产生的迷失，因此会以问题来替代疑惑，而呈现想要购买的前兆。

5. 深入了解问题细节

当客户为了细节而不断询问你时，这种一探究竟的心态，其实也是

一种购买信号。如果你可以将客户心中的疑虑一一解释清楚，而且答案也令其满意，订单马上就会到手。怕就怕有些客户会问一些不着边际的话来逗你，让你疲于奔命，或是问一些十分艰涩的问题，企图用问题来打垮你的信心。此时你必须凭着经验来判断客户的用意，并在很快的时间内转移话题，再导入推销之中，才能继续运用先前努力的成果。

有以上的情况发生时，已经不再是需要考虑的时候了，这些动作和态度，都是成交的信号，你要赶紧抓住这个机会。

然而，你也不能过于迷信，一名优秀的销员，不仅知道如何捕捉客户的购买信号，而且应该知道如何利用这些购买信号来促成客户的购买行动。

鉴别潜在客户

找到了潜在客户并不能保证完成销售，你必须要做到真正获得客户。这就意味着你必须能够判断出哪些客户有能力购买而且确实有购买欲望。如果你想销售成功，那么就不能在不具备条件的潜在客户身上花费过多的时间。

要想真正拥有潜在客户必须处理好以下几个问题：

潜在客户是否对你的产品有需求愿望？
潜在客户是否有购买能力？
潜在客户是否有购买决定权？
潜在客户是否有资格购买？

只有对上述问题都作出肯定的回答，才意味着你面对的是一名真正的客户。

如果一个潜在客户对你所提供的产品或服务毫无兴趣，那么同他接触则毫无意义。住在公寓房中的人不会对铝制门窗感兴趣；连驾驶执照

都没有的人一般不会去购买新车；不进行焊接工作的公司一般不会购买激光焊接机。潜在客户是否有某种购买动机？如果有，这说明潜在客户有购买欲望。

除了购买欲望之外，潜在客户还必须有一定的购买能力。个人必须要有充足的收入，公司必须要有较好的支付信誉。向只能买得起小帆船的人推销豪华游艇纯属浪费时间。

当你向其他公司推销时，有时不一定清楚谁有最后的购买决定权。如果没有确定谁有购买决策权，那么就主动询问。在很多购买情况中，弄清丈夫还是妻子在购买中起决定作用还是俩人共同起作用是十分重要的。

在一些情况中，有些潜在客户根本不具备购买资格。例如，身体欠佳的人不具备购买人寿保险的资格。如果公司与批发商交易的话，那么有支付能力和购买欲望的零售商也不具备购买资格。有很多组织或团体只面向某些特定类型的人群征召成员。

在卡迪拉克公司工作的五年中，迪恩·豪斯已经成为了业绩最为突出的推销员。迪恩成功的主要原因是他对时间的有效利用。当他手头上没有客户时，他有一套特殊的寻找潜在客户的方法。

他开着配有电话的新款卡迪拉克在街上开来开去，寻找自己的目标客户。当他发现谁家门前停着旧款豪华车时——特别是旧款的豪华卡迪拉克时，他就把车开过去停下，然后通过地址目录来查找这位户主的姓名和电话。迪恩在拨通电话后，一般采取如下方式进行推销："喂，下午好！××先生（夫人），我是卡迪拉克公司的迪恩·豪斯，您是否想体验一下驾驶新款卡迪拉克的感觉？这只需耽误您几分钟，我现在就在您家的车库边。"

大多数人对迪恩的销售业绩表示惊奇。虽然试车不一定带来销售，但是迪恩把寻找和鉴定客户的行动合成一个步骤来完成，始终保持了很好的销售业绩。



七、良好运用你的肢体语言

达·芬奇曾经说过，精神应该通过姿势和四肢的运动来表现。同样，在日常推销和人际交往中，你的一举手一投足，一昂头一弯腰，都能体现特定的态度，表达特定的含义。

推销中的肢体语言

首先，你的体势倾向会流露出你的态度。在推销交往中，如果你身体各部分的肌肉绷得紧紧的，可能是由于紧张、拘谨、畏怯，在与地位高于你的人交往时常会如此；也可能是你内心充满了对立，不准备与对方友好交往。在这种情况下，不论出于哪种因素，对方都很难与你坦率交往。

当你身体各部分都十分放松，坐立都无定姿，就显得内心十分坦率，是一种开放式的交往神态。但有时过于随便，显得无所谓，甚至随便拍拍对方的肩，在社交场合就不太雅观，甚至会引起对方的不快。

推销专家们认为，身体和放松程度是一种信息传播行为，向后倾斜15度以上是极其放松；前倾约20度，向一边倾斜不到一度是较为自然的交往姿态；最拘谨的是肌肉紧张、姿势僵硬，这就缺乏应有的风度了。

其次，你的手势动作也可以看做是极为丰富复杂的符号。中国传统是很重视在交往中的姿态的，认为这是一个人是否有教养的表现，因此素有大丈夫要“站如松，坐如钟，行如风”之说。在日本，有的百货商场对职员的鞠躬弯腰还有具体标准：欢迎客户时鞠躬30度，陪客户选购商品时鞠躬45度，对离去的客户鞠躬45度。

在推销交往中，手的动作更能起到直接沟通的作用。对方向你伸出

手，你也迎上去握住它，这是表示友好与交往诚意；而你若无动于衷地不伸出手去，或懒懒地稍稍握一下对方的手，则意味着你不想与他交朋友。在交谈中，你向对方伸出拇指，自然是表示夸奖，而若伸出小指则是贬低对方。对此都是应该双方不言自明的，不可随意滥用的符号。

在整个的产品介绍过程中，你的肢体语言是非常重要的，肢体语言的影响力，比你的文字和口头语还要重要。

肢体语言所表达出来的影响力就如同你穿着的影响力一样。你的身体有 90%以上是被你的衣服所覆盖，当客户要从你的外表来判断你时，在 90%的情况下他们是从你的穿着来判断你的。所以当你在做产品介绍时，如果采取坐姿，那么你要把你的背挺直，上身稍微向前，倾向客户，眼睛注意着客户。在做产品介绍的时候，不要用双手抱着你的胸，因为那会让客户感觉他们与你有距离，感觉你不是非常的真诚和诚恳。

心理学显示，一个人双手抱胸的时候，是对他人有所保留、心胸无法放开。所以当你与客户交谈的时候，最好的坐姿应该是上身挺直，双腿自然放松，眼睛注视客户，当客户点头时你也点头，当客户微笑时你也微笑，讲话的速度和语调应与客户保持一致。

另外，你所坐的方位也是非常重要的。一般来说，你应该坐在客户的左手边，因为这样会让客户感觉到安全和舒适。

不良肢体语言

肢体语言之所以在整个销售技巧中占有很高的比例，主要的原因是由于肢体语言能够活泼地结合商品和销售者，展现出容易令客户接受的观念与想法，而且可以快速与直接地获得客户的信赖。

然而许多推销员面对客户时，却时常出现不当的肢体语言，直接或间接导致销售上的障碍却仍不自知。这些不当的肢体语言通常是十分令人厌恶和排斥的，身为推销员不可不察。

下面提供的是几项推销员常犯的不良肢体语言，你可以引以为戒。

1. 双手抱胸

无论是站着或是坐着，这个动作都会令人觉得有股不相信别人的意味存在，似乎是在抗拒别人的一切，对于说话的人是一种不服气的神情，宜尽量避免。不仅如此，这样的肢体语言也显示出不当的人际关系。经常不自觉地双手抱胸的人在人群中会被排斥。一旦养成习惯以后，除了在和别人相处时显得格格不入外，还会使自己的猜疑心更重，同时也会产生过于固执己见的毛病。

2. 眼中见三白

这是指对人注目的时候并没有正面看着对方，而是由下往上看，而且眼睛是向上吊着的，乍看之下，在眼珠子的左、右和下方都见到眼白，此谓三白眼。

与人目光正视代表诚意正直与信心坚定，而眼见三白却代表叛逆与不屑，是不良的肢体语言之一。在销售过程中出现如此的眼神，则代表怀疑和鄙视，会令他人看了不舒服，将不利于面对客户的销售心理。

3. 跷二郎腿

俗话说：站有站相，坐有坐相。你和客户坐在一起的时候切忌跷着二郎腿，这会使身体往后仰，眼睛自然会习惯由上往下看，显得过于傲慢与不庄重。

在行为学上，坐时跷着二郎腿虽然代表自信心坚定的现象，但是过度的自信就容易变成自夸，说起话来就会夸大其词而不切实际。如果给客户这种感觉，当然很难取信于人，更不用说提高销售率了。

尤其是跷二郎腿时脚还会抖啊抖地上下晃动的人，更显轻浮而无内涵，抖动的脚是坐姿的一大忌讳，特别是对女推销员来说更显不雅。

4. 坐姿不端

有些办公室椅子是旋转式的设计，目的是为了便利在办公桌上的文件处理。你若是坐上了这种椅子就左右不停地摇摆晃动，客户的订单很

容易就被你这样摇掉了。

坐在椅子上不稳定的样子，代表缺乏耐心与毅力，做起事来容易虎头蛇尾，欠缺坚强的意志力和持续力，客户自然不愿意相信你的售后服务会做得好，所以成交的几率就不高了。

5. 没有说话嘴乱动

除非有说话的需要，否则你的嘴巴还是要闭着为好。千万不要出现没有说话而嘴唇却上下振动，出现自言自语或是无语露齿的模样。这不但会令说话的对方分神，想要博得别人的好感也很难。

另外，说话的时候嘴角习惯歪向一边的样子，也会带给人自负的不良印象，这些都是不良的嘴部表情。

八、幸运存在于实力之中

你或许不认为推销只是单纯的幸与不幸的问题，然而，很多初踏入这一行业的新手或业绩陷于瓶颈的推销员，嘴里经常说出“今天真倒霉”或者“运气真差”之类的抱怨。

如此说来，推销周期或许可以说是运气的一种。只是这种运气并非单纯的幸运、不幸运，而是自己创造出来的。

说起幸运，就像是遇到不可思议的事总要请求吉凶之兆一般。例如，有的人就忌讳自己要走的路，若有猫、狗穿过，必定会绕道而行，或是深信中午之前不能付钱，否则必会破财。这种人在现实生活中不胜枚举。

有位推销员每次都数楼梯的数目，若为奇数就进去拜访客户，若是偶数就选择另一条路。因为他认为选择奇数路线后，即使被十几家拒绝，那只是幸运之神尚未降临，若是不灰心继续努力，好运总会到来。其实，这可以说是一种“自我暗示”，因为他执意将奇数视为呼唤幸运的征兆。

因为人生有着太多变化，令人难以捉摸，所以，很多人才会将一些原本寻常之事用来预测自己的运气。然而，作为推销员，你应该认识到，推销工作本就是坎坷难行的，有什么困难只能靠自己去克服，求神拜佛是没有用的。而所谓的运气，是隐藏在实力之中的，有了实力，才有了运气。

成功惟“勤”

所谓“一分耕耘，一分收获”，只有勤学、勤练，推销工作才能顺利展开，你要记住，天下是没有不劳而获的事的，运气也要靠勤学苦练才会出现在你面前。

推销是条漫长而又艰辛的路，不但得时时保持十足的冲劲创造业绩，更得秉持着一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚强地面对重重难关。尤其是在陷入低潮时期，若无法适时做好自我调节，推销这一条路势必将划上永远的休止符。有很多前景颇为看好的推销员，就是因为冲劲十足但却无法保持下去，而悄然从这一璀璨的行业中引退。

有一位推销员，蝉联缝纫机十年度销售冠军。中学毕业后，他原本继承父业从事铸工一途，不料数年后经济不景气，订单锐减，一个星期中实际工作没几天。但此时的他已经结婚生子了，经济越来越拮据。

有一天，他偶然看到一张“征募推销员，专职、兼职均可”的传单。当时他心想既然可以兼职，便可以利用周六、周日去跑客户了。于是他也不考虑自己从来没有销售的经验，对缝纫机更是一无所知，毅然地加入了这一推销行列。

尽管他根本不懂得怎么操作缝纫机，也不懂得什么是推销技巧，但是他勤于学习，勤于与客户打交道。他凭着一腔热诚、逢人便诉说拥有一部缝纫机可以自己做衣裳，享有数不尽的乐趣。很快1个月兼职的时间就过去了，他以一个毫无经验的新人身份，实际工作才8天，创下了37台的佳绩，勇夺整个分店之冠，还超过了所有专职的老推销员。

他的成功要诀只有一个字：勤。他每天早上6点钟出门（而一般推销员这个时刻都还在被窝里睡觉），一直工作到晚上10点、11点，不达到自己满意的成绩绝不停止拜访。在这一过程中，他的推销能力和推销技巧都得到了很大的提高，经验与胆量也在不断地提升。

所以说，成功惟勤，别无他法。不切实际的人往往是说得多做得少，而光说不练是绝对无法达到目标的。

要做好推销准备

在推销之前，你必须做好准备。即使是一次陌生拜访，你也不能为了敲门而敲门。你要做一些研究，以保证敲对门。

根据你所提供的产品或服务的不同来准备，这种准备或基础工作虽

然很浪费时间，但你必须得做。你要善于从潜在客户身上发现尽可能多的信息，例如他的生活习惯，他的家庭，他的关切点，他的兴趣，他的爱好，他的要求，他的需要，他喜欢什么，不喜欢什么，以及一切有关的信息。有了这些，你就能够摸准客户的病情，对症下药。

当你做了认真的准备后，客户就很容易接受你提出的解决方案，不需要你做很多工作，他也会毫不迟疑地买你的东西。这是一种最好的推销方式，它会使客户顺从你的意愿，使你获益。

俗话说：有备无患。这句话对于你的外出访问活动来说，更是意义深重。当你出去拜访时，务必随身携带下列物品：

手帕；手表；皮包（钱夹）；打火机（火柴）；名片（或身份证）；小梳子；记事本；出入许可证。

这些物件对于你来说，都是极其重要的辅助工具。但有些大而化之的推销员，认为这些小事微不足道，好像可有可无。许多推销员经常忘记带打火机，因此总是用客户会客室中的打火机，显得过于小气。而有的推销员在大热天访问客户时忘了带手帕，弄得自己脸上满头大汗也无法擦拭，而给客户留下了不好的印象。

甚至于有一些不见棺材不落泪的推销员，连最重要的东西都忘了，譬如价格表、契约书、订货单、公司的货品说明书，等等。

有些为商讨图样而来的推销员，甚至把图样都忘在公司里；某些推销员在成交阶段粗心大意地忘了带订货单；又有的推销员在前去说明并示范机器时，忘记携带样本或说明书。这样的推销员无异于不持武器而去跟一个装备齐全的老兵交手，必败无疑。

有了万全的准备，才有赢得胜利的可能。

九、向着目标努力

成功的推销员永远有绝对的目标导向，他们有着非常明确的目标，他们非常详细地规划他们的行动，他们会把目标做成详细的计划。

没有目标就如同想要在大雾中射中箭靶一样，所以你必须知道你明确的目标。你必须把目标牢记在你心中，常常不断地告诉你自己你的目标是什么。

每个人的潜意识中都有一种如同导弹一般的自动导航系统的功能，所以一旦你设定了明确的目标，而且让你的潜意识明确接受了你的目标，那么你的潜意识就会做出反应，来让你趋向于这个目标，去帮助你达成这个目标。

如何拟定明确目标和详细计划以及让你的潜意识帮助你达成这一目标，是成为成功的推销员非常重要的一个因素。你的潜意识会做任何事情，它会帮助你每天把你的注意力放在寻找潜在客户上，它会让你的注意力放在如何提高你的销售技巧上，会帮助你做所有的事情来达成你的目标，这是每一个人都有的潜在功能。

不论何种目标，都意味着需要你用意志抗拒身体上的懒与精神上的疲惫，这些状态会一再袭来，所以必须在第一次出现时就克服它，因为拖延是最大的敌人！

确定你的目标

许多人浪费了一生的光阴和精力，因为他们在职业和生活上欠缺目标。日日重复自己做的事，获得的也只是原来的那份所得而已。

成功与幸福是要先确定目标，然后努力不懈，才能获得的。茫茫然被动就能有成就的推销员，你见过吗？

花点时间将你的理想，希望和目标依先后次序做一番整理，会使你离成功更近一些。定位是第一步：你目前的职业、地位如何？你满意吗？事业之外的个人生活是不是正如所愿？

你可以对自己做一个评估：

影响你工作的弱点和长处是哪些？你有信心能逐步除去你的弱点吗？

到目前为止，你对你的职业满意吗？什么是你想立刻改变的？

在工作中，你的能力和技巧有所提高吗？你是否觉得自己有进步？

你的能力极限何在？你了解自己的上限吗？还是认为自己根本没有发挥出来？

回答了以上问题后，你发现了自己的目标吗？

如果明确了你的目标，你就应该把这些目标图像时刻牢记在心头。唯有如此，你才能专心一致，掌握事情的紧要性。如果常常思考问题该如何处理，很多方法就会由潜意识浮现出来。当然，你必须实际一点，先扪心自问，自己是否有正确的认知，肯定自己想要达到的目标，而且能够达到目标。

立刻行动起来，别再浪费时间了！有目标的人，是不计一切、全力以赴的人，而这种人最容易成功。

为目标而奋斗

一个人活在这个世界上如果没有奋斗的目标，便犹如没有舵的孤舟，无论如何奋力航行，乘风破浪，终究无法到达彼岸。

你想要成功，首先必须有明确的目标，你才能向着目标奋进。没有

人生目标，也就没有具体的行动计划。没有行动计划，做事就会是敷衍了事，临时凑合，也就没有责任感，更谈不上什么坚强毅力、斗志昂扬了。没有目标，什么才能和努力都是白费。

作为公司的一线人物——推销员，你更不能没有自己的奋斗目标和行动计划了，否则你的推销工作便无从下手。如果你只是零乱地、漫无目标地走访几家客户，成功率会有多少？结果可想而知。

不要为公司做事，要为你自己做事。若是为公司做事，必然是被动的、消极的；若是为自己做事，目标便可以自己确定，计划可以自己实行，那么你的行动便是积极的、主动的。

每个人都有自己的目标，但不是每个人最终都达到了他的目标。他们并不是没有去努力争取，而是不明白这样一个道理：有一个远大的目标时时激励着自己，固然是成功所必须的条件；但是，如果没有一个如何达到目标的详细计划，那就像是水中捞月，可望而不可及。

行动计划犹如罗盘，具有引导每日推销活动的作用。你必须根据行动计划来核对自己的工作状况，查看每天的销售方向是否有误。

通常每月、每周、每日的计划是固定的，行动计划却会因公司各时期的营业方针或政策而有所改变。这种机动性高的计划，对业绩影响甚大，因此有必要妥善拟定。

等计划拟定好之后，接着就要依计划去开展工作。在开展过程中，要不断回头验收成果，看你的所作所为与计划是否一致。假如不符合计划，就要分析原因，寻找解决对策，以便下次计划能顺利实施。如果你的工作比计划早完成，就要反省检讨，这份计划所设定的目标是否太低，如果是，则下次计划便要设定高目标。

工作没有计划的人，通常都是漫无目的的人。只要上司下达命令，或是客户提出要求，他们均言听计从，毫无异议。这种人一辈子都在为别人疲于奔命，根本无法去做自己想做的事情。若再加上工作忙碌，就更没有时间为自己活了。

别以为这样做就能获得上司的赏识，其实这是费力不讨好的事情。白天悠悠然地坐咖啡厅，或慢吞吞地处理公事的人，多半只是平凡之辈，因为一名成功的推销员是不会有那么多时间可以磨蹭的。

执行你的目标

确定目标非常重要，执行目标更加重要。这个道理很简单，但真正做起来的人很少。如果你至今仍未这样做，至少应当试一下，不会有什么害处，只会让你受益无穷。

1. 把你的目标写在纸上

把你的目标写在纸上，这样可以增加明确度。只有把目标写下来，它们才有实际意义。如果不写在纸上，它们就只能是一个梦。

当你写这些目标时，要尽量简明扼要，要保证用眼睛一扫就能看见，不要一写就是好几页，一两行就够了。

2. 目标应当具体化

如果你光在纸上写道“我想挣很多钱”或“我想致富”，这样不好，因为不够具体。如果你写道“我想挣 10 万元”，也不好，因为这样也不具体。你还需要明确你想什么时间得到，例如：我想在未来的 12 个月里挣 10 万元。要达到这一目标，我需要每月挣8333元，即每周1923元。我每笔生意的平均金额是1940元，而我的佣金是 10%，所以我每次可挣 194 元。要达到这一目标，我需要一周做成 10 笔买卖，即每天两笔。

现在，你的目标很具体了，但是否现实呢？如果你说“我想在这周内赚 100 万美元”，那是不现实的（如果你能做到，你也就不用看这本书了）。目标是应该能够达到的，否则你就不会为之而努力了。目标不要订得过低，也不要订得过高，要保证只有努力工作才能达到这个目标。

3. 定期更新你的目标

如果工作进展的速度超过目标要求，不要松懈或停下来。相反，应当更新目标，制订更高的但必须是能达到的目标。另一方面，如果工作进展速度落后于目标要求，你已无法实现，也不要放弃。你应当对自己说，该目标不可行，我可能过于乐观了。这时，你应当协调你的能力与目标，使它更为现实一些，然后集中精力去完成它。

4. 你的四种类型目标

作为有远见的推销员，你应当随时注意你的四种类型目标：

长期目标（5年、10年或15年）。你应该知道你的前进方向。长期目标是重要，但不要过于拘泥于细节。东西离你越远，就显得越不重要，总的思想是，要有特定的目标追求。

中期目标（1～5年）。这些目标是你眼下最想得到的，如游艇、小汽车、晋升等。经常检查和更新这些目标。

短期目标（1～12月）。这些目标好比是马拉松运动员的公里显示标志，它能鼓舞你前进。这些目标提示你，成功和回报就在前方，鼓足干劲，努力争取。

即期目标（1～30天）。一般来说，这是最好的目标。它们是你每天、每周都要确定的目标。在你为争取成功而做出努力时，它们能不断地给你带来幸福感和成就感。

倾听和微笑

世界上有两种力量非常伟大：一是倾听，二是微笑。

“倾听，你倾听得越久，对方就会越接近你。据我观察，有些推销员喋喋不休。上帝为何给我们两个耳朵一张嘴？我想，意思就是让我们多听少说！”

乔说，有人拿100美金的东西，却连10美金都卖不出去，为什么？你看看他的表情。要推销出去自己，面部表情很重要：它可以拒人千里，也可以使陌生人立即成为朋友。

笑可以增加你的面值。乔·吉拉德这样解释他富有感染力并为他带来财富的笑容：皱眉需要9块肌肉，而微笑，不仅用嘴、用眼睛，还要用手臂和整个身体。

“当你笑时，整个世界都在笑。一脸苦相没有人会愿意理睬你。”他说，从今天起，直到你生命的最后一刻，用心笑吧。

“世界上有60亿人口，如果我们都找到两大武器：倾听和微笑，人与人之间就会更加接近了。”

一、倾听是有力的武器

倾听是了解客户需求的第一步。推销不是要“喋喋不休”或“高谈阔论”，而是要拿出更多的精力来听。你要善于听取客户的要求、需要、渴望和理想，善于听取和收集有助于成交的相关信息。作为推销员，你

要知道，有时候听比说更重要。

有一家饭店的会议室里，大约有100名前来争取推销职位的候选人，考官面对大家说，在接下来的5分钟内，他要给他们讲讲公司的历史，并介绍公司的产品。他让大家注意听，然后就开始讲了起来。

大约两三分钟后，出现了一个情况。一个人走进房间，他走到前面，在一张空桌旁停下，这张桌子摆在角落里，正对着考官。这个陌生人不看考官一眼，也不说一句话，就开始往桌子上放盘子。

这名考官完全不理会陌生人，甚至也不看他一眼，无视他的存在，继续讲，好像什么也没发生一样。这时，陌生人取出一罐刮胡膏，使劲摇晃，然后往盘子上抹。

听众感到有些不自在，甚至感到好笑。当所有的盘子都抹完后，陌生人离开了房间，还是不说一句话。考官又继续讲了半分钟左右，然后他让大家就他刚才讲过的话，回答几个简单的问题。

绝大多数听众回答不上来，因为他们刚才没有听考官在讲什么，他们的注意力都转移到了陌生人身上。但总有那么几个人，能够回答出考官提出的简单问题，这证明他们的注意力没有被陌生人吸引，而是一直在听讲。因此，这些人被认为具备专业推销员的素质。

没有人愿意被忽视。也就是说，人人都愿意谈话有人听，而且是全神贯注地听。

倾听的好处

当你不再喋喋不休地介绍你的产品，而是听听客户想说什么时，你至少从中得到了三个好处：

1. 表达了你对他的尊重

人人都喜欢被他人尊重，受到别人的重视。当你专心地听，努力地听，甚至是聚精会神地听时，客户一定会有被尊重的感觉，因而可以拉

近你们之间的距离。

有一位卖车的推销员，经朋友介绍去拜访一位曾经买过他们公司车子的商人。一见面，他照例先递上名片："我是××汽车公司的推销员，我姓……"才说了几个字，就被客户以十分严厉的口吻打断，并开始向他抱怨当初买车时种种不悦的过程，其中包含了报价不实、内装及配备不对、交车等待过久、服务态度不佳……讲了一大堆。结果这位新推销员被吓得一句话也不敢说，只是静静地在一旁等待。

终于等到这位商人把以前所有的怨气一股脑地吐光后，稍微喘息了一下，才发现这个推销员好像以前没有见过，于是便有一点不好意思地回过头来对他说："年轻人，你贵姓呀，现在有没有好一点的车种，拿份目录来看看吧！"30分钟过后，这个推销员欢天喜地地吹着口哨离开，因为他手上已有了两台车子的订单。

在这个成交的案例中，这个推销员从头到尾恐怕还没有讲到10句话，但是却成功地完成了交易。原因就在于客户说："我是看你老实诚意又很尊重我，才向你买车的。"

所以，适时休息你的嘴巴，多听客户的话，无形中会让客户得到满足和尊重，而你也会因此而获益。

2. 倾听才能思考

如果推销中所有的话都是单方面由你在讲，那么客户就会不断地退，你越是不断地说很好，客户越是觉得烦恼，销售成绩自然不佳。

当你在强力推荐商品时不断重复的话语，充其量只是在演练先前所学习的说辞而已，并没有时间去思考另一种说法，也无法针对客户的问题加以解答。

如果你能让客户说出心中想法，你可以利用在一旁倾听的时间空当想其他对策，使成交的几率增加。

3. 可以找出客户的困难点

面对面销售时最令人泄气的问题，莫过于客户冷淡的反应与不屑的

眼光，这对于推销员的信心是十分严重的打击。许多客户在问答之中只会应付式地说几句客套话，正是因为担心说出他的需求后，会被推销员逮住机会而无法逃脱，所以客户会在与你应对时尽可能地采用能拖就拖、能敷衍就敷衍的策略来拖延。

要去除这种困扰，只有想办法让客户说，并且在询问的过程中，令他务必说出心中的想法及核心的问题，才能找到销售的切入点。

倾听需要耐心

就一般交谈内容而言，并非总是包含许多信息量的。有时，一些普通的话题，对你来说知道得已经够多了，可对方却谈兴很浓。这时，出于对客户的尊重，你应该保持耐心，不能表现出厌烦的神色。

推销学家统计指出，我们的说话速度是每分钟 120～180 个字，而大脑思维的速度却是它的 4～5 倍。所以对方还没说完，我们早就理解了，或对方只说了几句话，我们就已经知道了他全部要说的意思。这时，思想就容易开小差，同时在外表上会表现出心不在焉的下意识动作和神情，以致对对方的话语“听而不闻”。

当说话者突然问你一些问题和见解时，如果你只是毫无表情地保持缄默，或者答非所问，对方就会十分难堪和不快，觉得是“对牛弹琴”。越是善于耐心倾听他人意见的人，推销成功的可能性就越大，因为聆听是褒奖对方谈话的一种方式。

对此，乔·吉拉德的感触很深，因为他从他的客户那里学到了这一道理。乔花了近半个小时才让他下定决心买车，而后，乔所需要做的只不过是让他走进乔的办公室，签下一纸合约。

当他们向乔的办公室走去时，那人开始向乔提起他的儿子，因为他儿子就要考进一个有名的大学了。他十分自豪地说：“乔，我儿子要当医生。”

“那太棒了。”乔说。当他们继续往前走时，乔却看着其他的推

销员。

“乔，我的孩子很聪明吧，”他继续说，“在他还是婴儿时我就发现他相当聪明。”

“成绩非常不错吧？”乔说，仍然望着别处。

“在他们班是最棒的。”那人又说。

“那他高中毕业后打算做什么？”乔问道。

“我告诉过你的，乔，他要到大学学医。”

“那太好了。”乔说。

突然地，那人看着他，意识到乔太忽视他所讲的话了。“嗯，乔，”他突然说了一句“我该走了”，就这样他走了。

下班后，乔回到家里想想今天一整天的工作，分析他所做成的交易和他失去的交易，乔开始考虑白天客户离去的原因。

第二天上午，乔给那人的办公室打个电话说：“我是乔·吉拉德，我希望您能来一趟，我想我有一辆好车可以卖给您。”

“哦，世界上最伟大的推销员先生，”他说，“我想让你知道的是我已经从别人那里买了车。”

“是吗？”乔说。

“是的，我从那个欣赏、赞赏我的人那里买的。当我提起我对我的儿子吉米有多骄傲时，他是那么认真地听。”

随后他沉默了一会儿，又说：“乔，你并没有听我说话，对你来说我儿子吉米成不成为医生并不重要。好，现在让我告诉你，你这个笨蛋。当别人跟你讲他的喜恶时，你得听着，而且必须全神贯注地听。”

顿时，乔明白了他当时所做的事情。乔此时才意识到自己犯了个多么大的错误。

“先生，如果那就是您没从我这儿买车的原因，”乔说，“那确实是个不错的理由。如果换我，我也不会从那些不认真听我说话的人那儿买东西。那么，十分对不起。然而，现在我希望您能知道我是怎样想的。”

"你怎么想?"他说道。

"我认为您很伟大。我觉得您送儿子上大学是十分明智的。我敢打赌您儿子一定会成为世上最出色的医生。我很抱歉让您觉得我无用，但是您能给我一个赎罪的机会吗?"

"什么机会，乔?"

"有一天，如果您能再来，我一定会向您证明我是一个忠实的听众，我会很乐意那么做。当然，经过昨天的事，您不再来也是无可厚非的。"

三年后，他又来了，乔卖给他1辆车。他不仅买了1辆车，而且也介绍了他许多的同事来买车。后来，乔还卖了1辆车给他的儿子，吉米医生。

是他给了乔一个极好的教训，从此以后，乔从未在顾客讲话时分心。毕竟，上帝赐给我们两个耳朵一个嘴巴，就是为了让我们多听少说。

从那以后，每个进入店内的顾客，乔都要问问他们，问他们是做什么的，家里人怎么样，等等。然后乔再认真地聆听他们讲的每一句话。大家都喜欢这样，因为那给他们带来一种受重视的感觉，而且让他们感觉到你是十分关心他们的。

千万不要打断客户的话

绝不能随意打断客户的话，应当让他心平气和地讲完，即使他的意见不是新的或不符合实际的情况，也要听下去。

看看下面的一段推销对话：

推销员："××先生，通过观察贵厂的情况，我发现你们自己维修花的钱比雇佣我们干还要多，是这样吧?"

客户："我也认为我们自己干不太划算，我承认你们的服务不错，但你们毕竟缺乏电子方面的……"

推销员："对不起，请允许我插一句……有一点我想说明一下，任何人都不是天才，修理汽车需要特殊的设备和材料，比如真空泵、钻孔机、曲轴等。"

客户："是的，不过，你误解了我的意思，我想跟您说的是……"

推销员："我明白您的意思，就算您的部下绝顶聪明，也不能在没有专用设备的条件下干出有水平的活来。"

客户："但你还没有弄清我的意思，现在我们负责维修的伙计是……"

推销员："现在等一下，××先生，只等1分钟，我只说一句话，如果您以为……"

客户："你现在可以走了。"

这个推销员几次三番打断客户的述说，这是推销中的一大忌。如果采用上述这种对话方式，推销是根本没有希望的。

让客户充分表达异议，即使你知道他下一句要说什么，也不要试图打断他。对客户要有礼貌，要认真听他说，尽力作出反应。没有一个买主会喜欢自作聪明的推销员，除非你表现出对买主及其问题有兴趣，否则你永远也不会赢得买主的信任。

不认真听取客户购物时所关心的问题，而只是随意地列举自己关心的情况，这样做，到头来只会使客户跑掉。

当你听到客户要说什么时，你必须凑上前去以表现出急于要听的样子。当你说话时，你通常应该双眼注视着他；而当你听他说话时，你必须看着他的嘴唇，不要东张西望。甚至在你回答问题时，也需要表情自然，双目始终注视着他。这种眼神的对视接触是重要的，它表明，你在真诚地仔细听他讲述。

如果你想让客户反感你，从心底里讨厌你，当他说话时你不专心致

志地听，这一点就已经足够了。但你绝不会愿意这样的，所以，你必须用心去听。

不过有一点，你一定要注意，那就是话题不能被客户牵着走，而要由你掌握主动权。有些客户说起话来天马行空，很容易把话题扯远，你有必要把话题拉回来，继续讨论原来的事情。

如果你担心客户会因此而生气，不妨先让他们畅所欲言，一旦满足了他们的欲望，你说什么，他们都一定能够听得进去的。

当你禁止别人表达自己的思想时，你纯粹是在侮辱人格。一旦这种事情发生，即使客户喜欢你的产品，他也不会从你那儿买，因为他很生气。请记住，每个人都喜欢听到自己的嗓音。而且在很多情况下，客户都愿意谈。你的工作是引导客户回答问题，让他自己得出结论说他要买你的产品。

如果你阻止客户，打断客户说话，就会发生这样的事：客户会认为你让他失去了决策权，但这种决策权原本是他的。因此，他会感到受压制、不舒服，下一次也会拒绝见你。最终他会找到不买你的产品的理由，你会因此而失去推销机会。

二、不要害怕沉默

如果在请求签订单之后出现了一会儿沉默的话，你不要以为自己有义务说点什么。相反，你要给客户足够的时间去思考和作决定，决不要贸然打断他们的思路。

有的推销员脑子里存在一种错误的想法，他们以为沉默意味着缺陷。然而，恰当的长时间沉默不仅是允许的，而且也是受客户欢迎的，因为他们会感到放松，不至于因为有人催促而作出草率的决定。

推销过程中的沉默使人们想起打电话时被告之“请稍候”时的感觉。时间仿佛已经停滞，度日如年。在面对面的推销中，沉默通常令人感到压抑，很自然地会产生打破沉默的念头。

如果你——推销员——先开口的话，那你就有失去交易的危险。所以，在客户开口之前一定要保持沉默。虽然沉默有时几乎会使人发疯，但无论如何，你必须严格约束自己，保持沉默。

很多推销员都不能忍受沉默的压力，把短短的 30 秒钟视为很长的时间。他们因不能等待而犯下了愚蠢的错误，致使准客户改变其可能购买的决定。

如果客户想考虑一下，那么现在就给他时间去思考，这总比他告诉你“你稍候再来，我想考虑一下”要好得多。别忘了，当他保持沉默时，就是他在为你思考了。对于客户而言，他承受沉默的压力比你所承受的还大得多，所以极少客户会含蓄地踌躇超过两分钟时间。

原一平讲过一则趣事：“我曾访问一个战争国家的出租司机，这位司机坚决认为我绝对没机会去向他推销人寿保险。当时，他肯会见我只

是因为我有部放映机可放彩色有声影片——而这正是他从没见过的。”

这卷影片是介绍人寿保险的，并在结尾时提了一个结束性的问题：“它将为你及你的家人做些什么?”放完影片，大家都静悄悄地坐着不语。3分钟后，这位出租车司机心中经过一番交战，转向原一平，并说：“现在还能参加这种保险吗?”结果，他签了1万元的人寿保险契约。

三、注意你的语气

虽然倾听客户说话是推销员的一个重要责任，然而，你还有另一个责任，就是你必须用你的声音去推销产品。你不可能像个哑巴一样地听完客户的话后就签约了。

一个人的态度、神情、笑容、眼光都是沉默的，但却能够传达人们的情意。这种无言的交流，在人际关系上占有很重要的地位。你可以利用这种方式来吸引对方，使对方获得无言的第一印象，这是推销员应该具有的第一个条件。此外，你更应该使人清清楚楚、快快活活地听懂你所讲的每一句话。要能够沟通彼此的心意，必须依赖你的音色，所以你应该以明朗、活泼、富有吸引力的音色，简洁明畅地传达自己的思想，这是你的义务。

言语的影响力的确是不可低估的，一句话可以使对方感动、豁然开朗，甚至于生气。推销员最主要的就是用这种具有不可思议的魔力的言语来做买卖，即所谓靠嘴巴吃饭。

1. 语言的使用方式

但许多人对语言的使用方式不太注意。竟有推销员认为：反正语言是用来沟通的，只要将想表达的东西说出来不就行了吗。也有人认为推销员说话主要是用在有反对和拒绝的场合。他们压根就没有认识到语言对推销的决定性力量。

从前波兰有位明星，大家都称她摩契斯卡夫人。一次她到美国演出时，有位观众请求她用波兰语讲台词，于是她站起来，开始用流利的波兰语念出台词。

观众都只觉得她念的台词非常流畅，但不了解其意义，只觉得听起来非常令人愉快。

她接着往下念，语调渐渐转为悲伤，最后在慷慨激昂、悲怆万分时戛然而止，台下的观众鸦雀无声，同她一样沉浸在悲伤之中。突然台下传来一个男人的爆笑声，他是摩契斯卡夫人的丈夫、波兰的摩契斯卡伯爵。因为夫人刚刚用波兰语背诵的是九九乘法表。

从这个故事中，我们可以看到，说话的语气竟然有如此不可思议的魅力。即使不明白其意义，也可以使人感动，甚至可以完全控制对方的情绪。那么谁都可以听懂的话，其魅力也就更大了。如果只能说几句杂乱无章、毫无感情的话，想干推销工作恐怕还早得很呢！

所以，遇到重要的部分或需强调的部分，就得以缓慢有力的口气说出。若是平仄抑扬不分的话，客户的印象就不深，左耳进，右耳出。许多推销员能口若悬河，却无法说服客户，原因就在这里。

2. 不要使语气单调

绝对不要使你的语气单调，音阶的变化会加强你的说服力。换言之，也就是你的热情要在音阶的变化中表现，并且能够感染客户的内心，而产生出说服的力量。

有说服力的声音，起码有七八个音阶，来帮助声音中的抑扬顿挫，这是顶尖的推销员应该具有的条件。如果你对自己的工作有浓厚的兴趣和情感，当你在做这件工作时，就会把热情投注其中，自然你说话的声音，就能产生极富说服力的抑扬顿挫的声调来。不要犹豫，你要训练自己的声音，使它成为帮助你达到成功的条件。

3. 留下空隙

在谈话中你必须安排一个恰当的“空隙”，可能还需要重新编排这

个“空隙”，使得你的话来得更简洁有力，同时它还有改变话语快慢的任务。尤其你所强调的话题前后，“空隙”是十分重要的。如果安排得当，会使应该强调的地方加强起来，而说话之后的“空隙”能够在很亲近的沉默中显出它的说服力。

有的推销员在重要的地方，忽略留存“空隙”，反而在不必要的地方又留下了太多“空隙”，像这种不合时宜的做法，必须加以注意。也有些推销员喜欢讲：“哦……”、“这个……那个……”这种习惯必须马上去掉，要把这些口头禅改写成一个有价值的“空隙”，要使自己成为一个“很会说话的人”。



四、实话实说

世上没有十全十美的东西，所谓“金无足赤，人无完人”说的就是这个道理。推销活动也是如此，客户不会苛求到非要你的东西无一缺憾时才作出购买决定，只要让对方感到推销产品的优点压倒缺点的时候，他就会欣然接受你的推销建议了。

美国著名推销专家约翰·温克勒尔在他的《讨价还价的技巧》一书中指出：

> “如果客户在价格上要挟你，就和他们谈质量；如果对方在质量上苛求你，就和他们谈服务；如果对方在服务上提出挑剔，就和他们谈条件；如果对方在条件上逼近你，就和他们谈价格。”

温克勒尔这段话给我们以极大的启示。作为一名推销员，你没有必要为自己推销的产品存在一些缺点而犯愁，从而在客户面前想方设法地掩盖这些缺点，这种行为恰恰是优秀的推销员所忌讳的。在临场发挥时，老练的推销员总是坦率地承认自己的推销产品尚有某些不尽如人意的地方，但更相信产品的优点会让客户轻视甚至忘掉这些缺点，从而作出购买决定的。

别说谎

前不久，马克终于实现了他在家里盖一间写作与研究用的办公室的梦想，他的一部分梦还包括一组真皮沙发。马克对小时候牙医诊所的经历还记忆犹新。在治疗室外有一张旧的皮沙发，马克还记得坐在沙发上

靠着扶手躺在那儿的感觉，那沙发是真皮的，马克希望在他的新办公室也有一张。

马克和他太太到镇上一家有很多样式的家具店去购物。店员笑着来招呼他们，马克就向他说明了他们的想法。店员就带他们到了沙发部分，当马克看到第一张吸引人的皮沙发时，就马上问了价钱。店员告诉马克时，他真的感到非常惊讶，因为只有他预估价格的一半。当马克对这样一张真皮沙发的价格表示他的惊讶与喜悦时，店员立刻告诉马克，它真的是一张好沙发，这也就是为何他们卖了这么多这种沙发的理由。

马克坐在那张沙发上并向后靠，感觉真的很好。马克在沙发周围走来走去，赞美它，它真的很美。而后马克又再度表达以这样的拍卖价格买到的喜悦。又一次，店员跟着附和说这真是拍卖价格，而且对他们来讲这也真是笔大生意。这时，马克告诉店员他要买这张沙发。

接下来，马克告诉店员他要一张能放在沙发前的咖啡桌，因此他们就走到了咖啡桌部门。在途中，他们经过另一张皮沙发，跟马克刚刚才同意要买的沙发很像。如果要说真有任何差别的话，马克对这张倒更喜欢一些。所以马克就走过去，仔细地查看了下，坐下来、往后靠了靠，之后马克真的有点难以抉择应该买哪一套。

因此，马克又问了价格，但令他惊讶的是，价格竟然是刚才那张的两倍。当下马克就问："为何这张会贵上一倍的价钱呢?"店员以一句很简单的话说："因为这一张是全皮的。"马克就问："那刚才那一张是用什么材质做的？我还以为是全皮的呢！"店员说："在人体会碰触到沙发的部分是全皮的。垫子的顶端、扶手、还有你向后靠的部分是完全真皮的。然而，在扶手下面、沙发皮下、整个沙发的背后全是用合成皮做的。"不过，他很快向马克保证没有人会发觉这个差别，他同时也保证合成皮和皮革一样持久、耐用、耐磨。

马克说："朋友，你为何不一开始就跟我说清楚这沙发不是全皮的呢?"店员说："我是想说的，可是话题一直在换，我想在你离开时告诉

你，因为我不是那种会去误导别人的推销员。”

你想，马克会怎么做，是买其中的一张沙发呢，还是两张都不买？如果是你，你会不会拂袖而去？最后的结果是，马克不但没有买沙发，而且自那时起没有再走进那家店。

虽然是陈腔滥调，但却是事实：诚实是上策。你不可能靠欺骗客户来获取利益的。即使可能，那也只是暂时的。

不要吹嘘

不要吃惊，确实有这样的推销员：明明是 78 岁时的保单现金值，却说成是 70 岁；张力强度只有每平方英尺9 000磅，却说成是12 000磅；某种耳疾的治愈率只有 83%，却被说成 93%。

过度吹嘘自己的产品是一件很“愚蠢”的事情，因为真相终有大白的一天，等到那一天，简直就是自己侮辱自己。你要想在推销界保有尚好的名声，就不能做出让对方指着说“你是个骗子”这样的事。

有一位医生，近几年来一直都使用某家药厂的产品。突然有一天，他完全不再使用该药厂研制的产品了。为什么？因为有一位推销员到他的诊所丢了一瓶药丸说：“这个是你所有气喘病人的答案。”

事后，医生很生气地说：“他还真有胆量对着我说这种瞎话，我有一些病人已使用过，一点都没有效！”

有人问他：“是不是真的完全都无效？”

“倒不是如此，就解除症状而言，它是蛮有功效的，但是气喘是无法根治的，有太多因素会使它发作，心理受到影响也可能是发作的因素之一。”

“你希望那位推销员怎么说呢？”

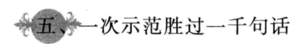
“如果他说：‘医生，根据大规模的，而且在病人不知情的情况下所做的实验显示，这种药物对 80%的气喘患者都能有效减轻症状。’这样说，就会使客户仔细阅读那份报告，并增加处方量。老实说，那还算是

不错的产品，但为什么他要过度吹嘘?”

在介绍你的产品时，如果客户指出产品的不足之处，你要大胆地承认事实，不必躲躲闪闪，左右招架。产品不可能十全十美，也不可能完全符合客户的要求，推销宣传总有疏忽或欠妥的地方。当客户提出切中要害的异议时，矢口否认、设法抵赖，都是下策，只有诚实地承认并努力挽回影响才是明智之举。面对客户陈述的不足之处，你要耐心地向他们强调介绍产品的优势，使客户觉得与这些优点和长处相比，产品的区区缺点也算不了什么。

承认事实并不等于甘认失败，在与客户买卖洽谈中，你就是要帮助客户进行公正比较，从而让客户认识到推销产品的优点大于缺点，使他们保持一定程度的心理平衡，用“获益心理”去抵消“受损心理”。





五、一次示范胜过一千句话

不要认为一旦客户对推销产品产生了兴趣，他就会自行采取购买决定，付诸购买行动，所以没有必要再在客户兴趣点上做什么文章，动什么脑筋。其实，客户主动对某一推销内容发生兴趣，这固然是你求之不得的好事，可是客户这样自发的兴趣往往具有很大的局限性，它并不能帮助你持久有效地开展推销活动。

具体来看，客户自发的兴趣并不能完全解决你的全部问题，诸如客户暂时没被优先注意的推销怎么办？仅仅被优先注意到一部分，而另一部分没被注意到的推销怎么办？以前被优先注意而后又被忽略的推销活动怎么办？引起了兴趣却没能导致客户购买的推销又该怎么办？这一连串问题的解决，是客户自发兴趣所不能及的，它需要你进行深入思考和不懈努力，掌握多种方法去激发客户兴趣的产生，并引导兴趣直至促成购买。

在推销访问的开始阶段，为了引起客户的注意，一般来说，你会利用语言来介绍产品的某种特性。然而，要继续保持客户的注意力，强化客户兴趣的产生，你就应该进一步证实这些具体特性确实存在，而且能为客户相信并采纳。

推销专家们认为，证实的方法通常是示范。在示范时，通过特定的动作和场景，你可以运用各种各样的方法向客户展示某件产品的特性或某项服务的优点。让客户亲自看到，比你说上一千句话还管用。

用表演来示范

在客户面前，为了增加示范的表现能力和感染能力，你应该学会一定的表演技巧。表演示范的主要方法是做动作，有时连色彩、音响、气

味等都可以作为表演示范的辅助手段。

比如，兜售洗涤剂的推销员，先往自己穿的衣服上倒上墨汁，然后当场敷上洗涤剂冲洗干净。他边做边讲，往往能引起人们浓厚的兴趣，使人们不得不相信洗涤剂的去污性能。

有时，你可以用一点戏剧的手法进行示范，这样可以大大增强表演示范的效果。在做表演示范之前，你应该精心设计一下，仔细研究表演示范的程序安排与艺术处理，千万不要草率行事，否则画虎不成反成犬，欲速则不达。

让客户亲自体验

这一方法，是在推销过程中让客户亲自接触，直接体会产品带来的利益与好处。激发客户购买的兴趣，关键在于使他看到购买的利益所在。你要切记：使客户看到好处，使客户产生好感，这就是推销工作的要点所在。

例如：当你上门访问时，为了引起客户对空调的兴趣，与其说上一千遍空调的优点，倒不如在炎夏季节请他到一间装有空调的房间待上一会儿，让他亲自体验一下凉爽宜人的舒适感。这样，客户对购买空调的兴趣和欲望便会激增。

只要条件许可，你应尽量让客户参与体验示范，尤其是对于机械产品、电子产品的推销。应当满足客户亲手操作的愿望，让客户参加体验要比你自己示范更能引起客户的兴趣。

当客户自己学会一定的使用操作技巧后，他的成就感越大，就越想拥有这种产品。这样你就更容易达成交易。

边说边画

你有时可能无法携带实物样品，不能做实物演示和操作讲解，但只要你掌握了产品的资料、数据、图片、模型，就可以用纸与笔把所推销

的产品介绍给客户。

无论推销哪种产品，都可以边写边画。对于客户来说，产品越新型、越精密复杂，就越有必要把你的推销介绍具体化。如果你会画画，你就可以在客户面前利用一些图案、图表来加强你的表达能力和说服能力。

某些推销产品一时无法在现场展示，如房屋、宾馆房间，但你用纸笔画出简单的示意图就能很好地说明问题。房屋的式样和内部构造示意图，宾馆房间的层次与方位朝向示意图，都要比你的口头描述显得更准确、更生动形象，在客户心目中留下栩栩如生的感观印象。

要记住，你的写画是要引导客户得出正确的结论与评价。为此，你要在一旁指导讲解，及时提示，把客户的结论导向你预定的结果中。



六、笑着推销

你有没有注意过你推销时的表情？是微笑的，还是面无表情的？如果是前者，那我应该恭喜你，因为你已快成为顶极推销员了；而如果是后者，你恐怕从现在起要学会如何微笑。

为什么微笑会有如此大的魔力呢？因为微笑所表示的是“我喜欢你，你使我快乐，我很高兴见到你”。

乐观是恐惧的杀手，而一个微笑能穿过最厚的皮肤。每一个准客户的心中都有一个微笑，你发自内心的微笑能把它引出来。每一次你微笑，你都让自己的生活和别人的生活明亮了一点。一个好的微笑要在眼睛里有闪光，而不是你有时看见的像旋塞一样随意松开和关紧的人工面部扭曲。

人们都喜欢欢快、积极的态度。没有人愿意身边充满了负面的、悲伤的事物。在一次经济大萧条时，一位专业的推销员在被问到生意时回答说：“不错，我忙得脚不沾地！”虽然这不完全是事实，但却使别人感到心情清爽。

让自己愉快

你见到别人的时候，一定要很愉快，如果你也期望他们很愉快地见到你的话。不管什么时候，永远不要皱着眉头！你皱眉，对方会以为你讨厌他。试想，你会和一个讨厌你的人交往吗？答案是明摆着的。你不但要让客户知道你不讨厌他，还要表示你是喜欢他，诀窍一点都不复杂，你只需要笑一笑就行了。

你不喜欢微笑？那怎么办呢？那就需要强迫你自己微笑。如果你是单独一个人，强迫你自己吹口哨，或唱一曲，表现出你似乎已经很快乐

的样子，你就容易快乐了。

“行动似乎是跟随在感觉后面，但实际上行动和感觉是并肩而行的。行动是在意志的直接控制之下，而我们能够间接地控制不在意志直接控制下的感觉。

“因此，如果我们不愉快的话，要变得愉快起来的主动方式是，愉快地坐起来，而且言行都好像是已经愉快起来……”

世界上的每一个人，都在追求幸福。有一个可以得到幸福的可靠方法，就是可以控制你的思想来得到。幸福并不是依靠外在的情况，而是依靠你的内心。所以要变得愉快起来，还得靠你自己。

保持笑容

法兰克·贝特格，当年圣路易红雀棒球队的三垒手，目前是全美国最成功的保险推销人士之一。他说，他好多年前就发觉，一个面带微笑的人永远受欢迎。因此，在进入别人的办公室之前，他总是停下来片刻，想想他必须感激的许多事情，展开一个大大的、宽阔的、真诚的微笑，然后当微笑正从他脸上消失的刹那，走进去。

他相信，这种简单的技巧，与他推销保险如此成功有很大的关系。

细读艾勃·哈巴德这段贤明的忠告——但记住，细读对你无济于事，除非你把它应用起来：

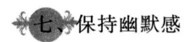
“每回你出门的时候，把下巴缩进来，头抬得高高的，让肺部充满空气；沐浴在阳光中；以微笑来招呼你的朋友们，每一次握手都使出力量。不要担心被误解，不要浪费一分钟去想你的敌人。试着在心里肯定你所喜欢做的是什么；然后，在清楚的方向之下，你会径直地达到目标。

“心里想着你所喜欢做的伟大而美好的事情，然后，当岁月消逝的时候，你会发现自己掌握了实现你的希望所需要的机

会。正如珊瑚虫从潮水中汲取所需要的物质一样。在心中想象着那个你希望成为的有办法的、诚恳的、有用的人，而你心中的思想，每一个小时都会把你转化为那个特殊的人——思想是至高无上的。保持一种正确的人生观——一种勇敢的、坦白的和愉快的态度。思想正确，就等于是创造。一切的事物，都来自于希望。而每一个诚恳的祈祷，都会由此实现。我们心里想什么，就会变成什么。”

你的笑容就是你好意的信差。你的笑容能照亮所有看到它的人。对那些整天都看到皱眉头、愁容满面、视若无睹的人来说，你的笑容就像穿过乌云的太阳。尤其对那些受到上司、客户、老师、父母或子女的压力的人，一个笑容能帮助他们了解这一切都是有希望的，而他们所要向你购买的正是这种希望。

当你放下书后，去照一照镜子，笑一笑，问自己：“如果我是客户，我会向镜子里的这个人买东西吗?”如果答案是“不”，那你还应该继续练习你的笑容，让它看上去更真诚。如果在丝毫不掺杂私心的情况下，答案是“是”，那么你的笑脸就是无价之宝！你要做的，就是跑出去多见人，让你的笑脸好好地为你赚取有价之宝。



七、保持幽默感

“幽默是具有智慧、教养和道德上优越感的表现。”在人们的交往中，幽默更是具有许多妙不可言的功能。幽默的谈吐在推销场合是离不开的，它能使那些严肃紧张的气氛顿时变得轻松活泼，它能让人感受到说话人的温厚和善意，使你的观点变得让人容易接受。

幽默能产生活泼交往的气氛。在推销各方正襟危坐、言谈拘谨时，一句幽默的话往往能妙语解颐，举座皆欢，来宾们开怀大笑，气氛顿时就可以活跃起来。

幽默的魅力

每个人都有自己的特长，并且每个人也都有其崇拜者、欣赏者或者是爱人。可是有一种个性却是人人喜欢，能够左右逢源，这就是爽朗幽默。

在人生的各种际遇中，幽默是人际关系的润滑剂，它是善意的微笑代替抱怨，避免纷争，使你和别人的关系变得更加和谐。这正如心理学家凯瑟琳所说：“如果你能使一个人对你有好感，那么也就可能使你周围的每个人甚至是全世界的人，都对你有好感。只要你不只是到处与人握手，而是以你的友善、机智和幽默去传播你的信息，那么时空距离便会消失。”

人是一种矛盾的动物，他一方面不堪忍受长时间的孤独寂寞，要与他人交流沟通，具有群居性；另一方面人们对陌生人总有一种戒备心和恐惧感。所以，碰到陌生人的第一个反应便是关起心扉，然而又并不仅仅如此，他还想去了解探察别人。如果这个陌生人表现出爽朗善意、幽默的谈吐风度，对方便会慢慢了解到你并非“来者不善”，从而谨慎地

打开心扉。

某杂志社往全国各地寄发了大量订阅单。预约期到了，可收回率却不很高，于是他们又进行了一次全国性征订。这次的征订单上画了一幅漫画：负责订阅的小姐因为没有收到贵公司订阅的回音，正在伤心哭泣。

这种推销可以说是高级的强迫推销，不但不会使客户反感，而且收效很好，原因便在于它的含蓄和幽默。

从事宾馆餐厅、旅游等服务业的职员，都要经过一种礼节仪态的训练，其中便有“开朗的微笑”的训练。

幽默的人很容易打开别人的心扉。不但容易打动异性的心，也容易打动客户的心。所以幽默的个性不仅能造出情场高手，也容易造出推销高手。

要知道，你对客户来说是完全陌生的人，开始时并不被客户了解。如果你在访问会谈时随时展现笑容，对人和蔼可亲，谈吐风趣，对于你的推销来说将会有很大的帮助。

在推销中，适当讲一些小笑话，能迅速降低客户对你的敌意，促使推销成功。但千万不要过度，如果把握不住，会给客户留下轻浮、不可靠的印象。

适度幽默

很难想象出一个缺乏幽默感的推销员会是什么样子，我想他的客户一定很不好受。

在你的推销中融进一些轻松幽默不失为一种恰当的手法，同时它也能使你的生意变得轻松有趣。否则，你的客户就会保持警惕，不肯放松。

当一个乏味的推销员试图要客户购买他的产品时，客户会听得昏昏欲睡。听一个毫无幽默感的人说话，只会让人感到疲倦。不用说，昏昏

欲睡、疲倦的客户是不可能去购买任何东西的。

当然，虽说幽默很重要，但并不是主张你走到客户的身后，拍着他的后背说："喂，老兄，你听说过某某旅游推销员吗?"要是你真想开玩笑的话，一定要措辞干净和避免引起种族误解，做什么事情都要注意时间和场合。

如果你在推销时表现出色，那么客户也是很愿意从你那儿购物的。

给你一句忠告：当你向一位上了年纪的客户做推销的时候，千万别开关节炎之类的玩笑。一旦你冒犯了他们，你就永远失去了他们的信任，所以你一定要谨慎。当你推销矫正或修复仪器时，不要触及客户的痛处；当你推销人寿保险的时候，也要注意别开那种与病态有关的、容易引起对方误会的玩笑。

所以，在你打算轻松幽默一番之前，最好先敏感一点，分析分析你的产品和你的客户，一定要确信不会激怒对方。因为这种幽默对有些人来说根本不起作用，说不定还会适得其反。譬如，当你与一些银行家打交道的时候，你明知道他一本正经，喜欢直截了当，你却偏要去故作幽默。显然，这位银行家就会认为你不把他当回事儿，那他又怎么可能把你的推销当回事呢？所以说，幽默可以有，但要运用得巧妙，有分寸、有品味。

八、赞美你的客户

赞美之于人心，犹如阳光之于万物。喜欢别人赞美是人的天性。

法国的拿破仑，具有高超的领导艺术。他主张对士兵“不用皮鞭而用荣誉来进行管理”，认为一个在伙伴面前受了体罚的人是不会为你效命疆场的。为激发和培养官兵的荣誉感，拿破仑对立了战功的官兵，加官晋爵，授旗赠章，还要在全军进行广泛通报，通过这些赞扬和变相赞扬，来激励官兵勇敢战斗。

美国哲学家约翰·杜威说：“人类最深刻的冲力是做个重要的人物，因为重要的人物能时常得到别人的赞美。”林肯的相貌可谓是百里数一的丑陋，他曾以这样一句话作为一封信的开头：“人人都喜欢赞美的话，你我都不例外……”

美国商界中年薪最早超过 100 万美元的人之中的一位（当时没有所得税，普遍收入水平较低）是查尔斯·史考伯。他在 1921 年被安德鲁·卡内基选拔为新组建的美国钢铁公司的第一任总裁，而当时他只有 38 岁。

为什么史考伯能获得如此高的年薪？他是天才吗？当然不是，史考伯亲口说过，他手下的许多人对于钢铁怎样制造比他懂得还多。

史考伯说，他得这么多的年薪，是因为他知道跟别人相处的本领。他说只是一句话，这句话应该锲在全世界任何一个有人住的地方，每个人都要背下来，它会改变我们的生活。他说：“我认为，我那些能够使员工鼓舞起来的能力，是我拥有的最大的资产。而使一个人发挥最大能力的方法就是赞美和鼓励。”

“我在世界各地见到了许多大人物，”史考伯说，“还没有发现任何人——不论他多么伟大，地位多么崇高——在被赞许的情况下，在比被

批评的情况下工作成绩更佳、更卖力。”

同样，你要记住，你的客户也是人，也是喜欢被别人赞美的。

东西都是自家的好

请问，当你到一个客户家里或办公室去访问，首先会注意到客户的哪些努力而进行赞美呢？

当和客户寒暄过后，你可以对家中或接待室的装潢设计赞叹一番，诸如“庄重典雅”或者是“堂皇气派”等等。你还可以具体地谈及一下桌上、地上或是窗台上的花卉或盆景等，这些花卉和盆景造型如何如何地新颖独特，颜色亮度等又是如何如何搭配得当，甚至你还可以对它们的摆放位置用“恰到好处，错落有致”一类的词语来形容一番。

这些都是极易想到的，你会以为没有什么新意。的确，平庸的推销人员一般都停留在这个层次上。然而，想象力丰富和具有创造精神的推销员却不会局限于这些最最寻常的言谈。

赞美是给人听的，非要与人挂上钩不可，你只是称赞东西有什么特色，是无法突出对人的赞赏的。要紧紧盯住对方的知识、能力和品味进行赞赏。

一个人赞美另一个人，就是为了让对方获得“自己很美好”的感觉。一个人的外表有美丑之分，能力有高低之别，这些都是难以求全的。但是一个人的心灵与其外貌、能力没有什么必然联系。明白这一点的人，会把赞美的目标转移到对方的心灵上。

“你开车这么稳，又谨慎，又稳健，太好了！”

“你太热心了！”

“你喜欢储蓄？好啊！谨慎，稳当。”

“真没想到你这么细心！”

当你看到这段文字时，请你想象一下，如果有人对你说这样的话，你会有什么感觉？

美国一位推销百科全书的推销员就深深明白这一点，同时也贯彻到了他的推销中：当准客户露出一点点购买意向时，他立即把准客户的孩子们叫过来，对他们说："知道吗？你们的爸爸真好！为了让你们学好知识，现在就开始给你们准备最好的书。你们要记住，你们有一位真心爱你们的好爸爸！"当客户被一种神圣的气氛所感染，成交自然是顺理成章的事了。

要注意的是，当你赞美别人时一定要有诚恳的态度。只有态度诚恳，客户才对你的赞美感兴趣，你才能收到理想的效果。如果你的赞美之词毫无诚意，客人会从你的语气态度中听出来，反而会感到虚伪，那么这样的赞美还是不说为妙。

赞美也需要技巧

赞美是一门艺术，它的技巧性实际上是很强的。这就如同作画，胡乱涂鸦人人都会涂几笔，而要画一幅完美的作品，可就没那么容易了。赞美别人要做到轻松自如，得心应手，也是依靠相关的技巧的。

赞美一个人引以为荣的事情，是赞美的最关键技巧。

乔治·伊斯曼因发明了感光胶卷而使电影得以产生，他积累了一笔高达1亿美元的财产，从而使自己成为世界上最有名望的商人之一。

伊斯曼曾经在曼彻斯特建过一所伊斯曼音乐学校。同时，为了纪念他母亲，还盖过一个著名戏院。当时，纽约高级坐椅公司的总裁亚当森想得到这两幢大楼的坐椅订货生意。他同负责大楼工程的建筑师通了电话，约定拜见伊斯曼先生。

在见伊斯曼之前，那位好心的建筑师向亚当森提出忠告："我知道你想争取到这笔生意。但我不妨先告诉你，如果你占用的时间超过了5分钟，那你就一点希望也没有了。他是说到做到的，他很忙，所以你得

抓紧时间把事情讲完就走。”

亚当森被领进伊斯曼的办公室，伊斯曼正伏案处理一堆文件。

过了一会儿，伊斯曼抬起头来，说道：“早上好！先生，有事吗？”

建筑师先为他俩彼此作了引见，然后，亚当森满脸诚意地说：“伊斯曼先生，在恭候您的时候，我一直很羡慕您的办公室，假如我自己能有这样一间办公室，那么即使工作辛苦一点我也不会在乎的。您知道，我从事的业务是房子内部的木建工作，我一生还没有见过比这更漂亮的办公室呢。”

伊斯曼回答说：“您提醒我记起了一样差点儿已经遗忘的东西，这间办公室很漂亮，是吧？当初刚建好的时候我对它也是极为欣赏。可如今，我每来这儿时总是盘算着许多别的事情，有时甚至一连几个星期都顾不上好好看这房间一眼。”

亚当森走过去，用手来回抚摸着一块镶板，那神情就如同抚摸一件心爱之物，“这是用英国的栎木做的，对吗？英国栎木的组织和意大利栎木的组织就是有点儿不一样”。

伊斯曼道：“不错，这是从英国进口的栎木，是一位专门同细木工打交道的朋友为我挑选的。”

接下来，伊斯曼带亚当森参观了那间房子的每一个角落，他把自己参与设计与监造的部分一一指给亚当森看。他还打开一只带锁的箱子，从里面拉出他的第一卷胶片，向亚当森讲述他早年创业时的奋斗历程。

伊斯曼情真意切地说到了孩提时家中一贫如洗的惨状，说到了母亲的辛劳，说到了那时想挣大钱的愿望，讲了怎样没日没夜地在办公室搞实验等等。

“我最后一次去日本的时候买了几把椅子运回家中，放在我的玻璃日光室里。可阳光使之褪了色，所以有一天我进城买了一点漆，回来后自己动手把那几把椅子重新油漆了一遍。你想看看我漆椅子的活儿干得怎样吗？好吧，请上我家去，我们共进午餐，饭后我给你看。”当伊斯

曼说这话的时候他俩已经谈了两个多小时了。

吃罢午饭，伊斯曼先生给亚当森看了那几把椅子，每把椅子的价值最多只有 1～5 美元，但伊斯曼却为它们感到自豪，因为这是他亲自动手油漆的。对伊斯曼如此引以为荣的东西，亚当森自然是大加赞赏。最后，亚当森轻而易举地取得了那两幢楼的坐椅生意。

善于观察

赞美既然要找出可赞之处，就要用眼睛去发现、去挖掘，这也是推销工作中最该使用的一种赞美技巧。千万不要以为赞美是“不足挂齿”的。总统都注意微小之事，你我就更应该学习了。

法国总统戴高乐在 1960 年访问美国时，在一次尼克松为他举行的宴会上，尼克松夫人费了很大的心思，布置了一个美观的鲜花展台，在一张马蹄形的桌子中央，鲜艳夺目的热带鲜花衬托着一个精致的喷泉。精明的戴高乐将军一眼就看出这是主人为了欢迎他而精心设计制作的，不禁脱口称赞道：“夫人为举行这一次正式的宴会一定花了很多时间来进行漂亮、雅致的计划与布置吧！”尼克松夫人听后十分高兴。

事后，她说：“大多数来访的大人物要么不加注意，要么不屑因此向女主人道谢，而他却总是能想到别人。”

也许在别的大人物看来，尼克松夫人所布置的鲜花展台，只不过是她作为一位副总统夫人的分内之事，没什么值得称道的。而戴高乐将军却领悟到了其中的苦心，并因此向尼克松夫人表示了特别的肯定与感谢。从而也使得尼克松夫人异常的感动。

作为推销员，你也应该像戴高乐将军那样观察入微，找到客户值得赞美和欣赏的人或物。

有一对夫妇结婚十年一直没有孩子，为了弥补这一缺憾，夫人养了几只小狗，对它们百般疼爱。

有天，先生一下班，夫人便兴高采烈地对他说：“你不是说要买车

吗？我已经帮你约好了，星期天汽车公司的人就来洽谈。”

不料先生却没有好脸色：“我是说过要换车，但没说现在就买呀，你为什么要逞能？”

原来，那个推销员一眼就看出了夫人十分疼爱小狗，于是他对夫人养的狗大加赞赏，说这种狗的毛色纯洁，有光泽，黑眼睛，黑鼻尖，是最名贵的一种。说得这位夫人飘飘然，以为自己拥有了世界上最名贵的狗，于是她情不自禁地对那个推销员产生好感，很快便答应他星期天来和自己的丈夫面谈。

其实这位先生是想买一辆车的，他的车已旧得不太像样了，但他是个优柔寡断的人，一直拿不定主意去看车。

星期天，这位推销员又上门来了，对这位先生又是一番赞叹，说得他不能自主，仿佛被一只无形的手牵引着，这位先生很痛快地买下所推销的那辆车。

无论是谁，对待赞美之词都不会不开心，让别人开心，我们并不会因此而受损，何乐而不为呢？

如果你照这一准则办事，你几乎不会再遭到麻烦。如果你对此信守不渝，它会给你带来无数的朋友，会让你时时感到幸福快乐。正如我们已经看到的那样，人性中最强烈的欲望是成为举足轻重的人，人性中最根深蒂固的本性是想得到赞赏。

因为赞美，我们才发现被人关注着；因为赞美，我们才感到被人尊重着；因为赞美，我们才体会到被人理解着。

爱是唯一的诀窍

乔·吉拉德说：是否有人不相信我怎么编出这样的故事？我要打开你们的脑海、你们的心，让你们知道，我能做到的你们也能做到。

乔·吉拉德自信地说：我打赌，如果你从我手中买车，到死也忘不了我，因为你是我的！

“我卖车有些诀窍。就是要为所有客户的情况都建立系统的档案。我每月要发出1.6万张卡。并且，无论买我的车与否，只要与我有过接触，我都会让他们知道我记得他们。我寄卡的所有意思只有一个字：爱。世界500强中，许多大公司都在使用我创造的这套客户服务系统。”

“我的这些卡片与垃圾邮件不同，它们充满爱。我每天都在发出爱的信息”。

一、要充满爱心

如果成为客户信任的推销员，你就会受到客户的喜爱、信赖，而且能够和客户形成亲密的人事关系。一旦形成这种人事关系，客户仅仅看在你的分上，也会自然而然地购买你的产品。

有位推销员去拜访客户时，正逢天空乌云密布，眼看着暴风雨就要来临了。突然他看见被访者的邻居有床棉被晒在外面，女主人却忘了出

来收。他便大声喊道：“要下雨啦，快把棉被收起来呀！”他的这句话对这家女主人无疑是一种至上的服务，这位女主人非常感激他，而他要拜访的客户也因此十分热情地接待了他。

齐格勒搬家后不久，当时还不满4岁的儿子汤姆，有一天傍晚突然失踪了。全家人分头去寻找，找遍了大街小巷，依然毫无结果。他们的恐惧感越来越深。于是，他们给警察局打了电话，几分钟后，警察也配合他们一起寻找。

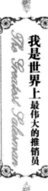
齐格勒开着车子到商店街去寻找，所到之处，他不断地打开车窗呼唤汤姆的名字。附近的人们注意到他的这种行为，也纷纷加入进来。

为了看汤姆是否已经回家，齐格勒不得不多次赶回家去。有一次回家看时，突然遇到了地区警备公司的人。齐格勒恳求说：“我儿子失踪了，能否请您和我一起去找找看？”此时却发生了完全难以令人置信的事情——那个人不知为什么，竟然做起了巡回服务推销表演！

尽管齐格勒气得目瞪口呆，但那个人还是照旧表演。几秒钟后，齐格勒总算打断了那人的话，他怒不可遏地对那人说：“你如果给我找到儿子，我就会和你谈巡回服务的问题了。”

汤姆终于被找到了。倘若那个人当时能主动帮助齐格勒寻找孩子，20分钟后，他就能够得到销售史上最容易得到的交易了。

推销员必须是充满爱心的人，你要爱你的人、爱你的产品、爱你的客户，这样你才能得到客户的回报。对客户和周围事情冷漠、无动于衷的人，是当不了推销员的。



二、关心永不嫌迟

鼓励和关心你的客户，使客户有一种满足感和成就感，把他当作你的知心朋友，一生一世的朋友，这对你的推销工作有不可估量的作用。

人人都需要关心，如果你还没有开始关心客户，那么就从现在开始吧，因为关心永不嫌迟。

布莱恩在推销过程中总是尽力地鼓励和关心客户，使客户感到一种温馨，把他当成知心朋友，这对他的推销工作起到了积极的作用。十几年来，他因业务关系而结识的朋友不下数百人，而且大部分都保持联系，这又为他的推销起到不可估量的推动作用。

有一次布莱恩去拜访一位年轻的律师，他对布莱恩的介绍和说明丝毫不感兴趣，对布莱恩本人也显得格外的冷漠。但布莱恩在临离开他的事务所时不经意的一句话，却意外地使他的态度来了个 180 度大转弯。

> “巴恩斯先生，我相信将来你一定能成为这一行业中最出色的律师，我以后绝对不再随便打扰你，但是如果你不介意的话，我希望能和你保持联系。”

这位年轻的律师马上反问他：“你说我会成为这一行最出色的律师，这可不敢当，阁下有什么指教呢?”

布莱恩非常平静地对他说：“几个星期前，我听过你的演讲。我认为那次演讲非常精彩，可以说是我听过的最出色的演讲之一。这不仅仅是我一个人的看法，出席大会的其他会员也是这样评价你。”

这些话听得巴恩斯眉飞色舞，兴奋异常。布莱恩早已看得出来，于是乘胜追击，不失时机地向他“请教”如何在公众面前能有这样精彩的

演讲。他兴致勃勃地跟布莱恩大讲了一大堆演讲的秘诀。

当布莱恩离开他的办公室时，他叫住布莱恩说："布莱恩先生，有空的时候希望你能再来这里，跟我聊聊。"

没几年时间，年轻的巴恩斯果然在费城开了一间自己的律师事务所，成为费城少有的几位杰出律师之一。而布莱恩则一直和他保持着非常密切的往来。

在与巴恩斯交往的那些年里，布莱恩不时地对他表示关心与信心，而他也时时不断地拿他的成就与布莱恩分享。

在巴恩斯的事业蒸蒸日上的同时，布莱恩卖给他的保险也与日俱增。他们不但成了最要好的朋友，而且通过巴恩斯的牵线搭桥，布莱恩结识了不少社会名流，为他的推销准备了许多有价值的潜在客户。

做生意就是做朋友。要取得客户的信任，你就要真诚地关心他，热诚地鼓励他，这会化解任何客户的冷漠和拒绝。



三、真诚对待客户

你在做推销时，一定要给人真诚的印象，要不然就会困难重重。

真诚是推销的第一步。简单地说，真诚意味着你必须重视客户，相信自己产品的质量。如果你做不到，建议你最好改行干别的，或者去推销你信得过的产品。

真诚、老实是绝对必要的。千万别说谎，即使只说了一次，也有可能使你信誉扫地。

还有一点很关键——不要轻易许诺。如果你的计算机系统需要 3 个月才能安装完毕，那你就不要仅仅为了拿到订单而谎称 4 个星期就够了。这种无法兑现的承诺常常会搅得你坐立不安，所以最好对你的客户实话实说。

有的时候，即使是最专业的推销员也不可能回答客户所有的问题。遇到这种情况，你可以直率地说："对不起，我现在还无法回答你，但我回去后会马上查找答案，很快就给你回电话。"记住，要是你总是这样解释，那就说明你并没有准备充分。不过，这种坦率的回答倒是体现了你的诚恳，这总比说假话、敷衍你的客户好得多。

要是时间允许的话，你最好立刻就着手查找答案。比如，当客户问起你不熟悉的汽车挡速时，你可以说："咱们现在就去请教专家。"然后，你把他带到一位汽车技师那儿去，让他当面提出问题并得到答案。

给客户以真诚的印象

第一印象很重要，要让客户觉得你很真诚，你必须给他留下真诚的第一印象。

怎样让客户在见你第一面时就觉得你很真诚呢？这里提供两条

建议：

第一，决不要戴太阳镜。老实说，就算你是站在沙漠中央向人推销土地，你也必须用眼睛和客户交流，而太阳镜显然做不到这一点。俗话说：眼睛是心灵的窗户。要让客户看到你真诚的心，首先就要从你眼中看到真诚。

第二，当你和客户说话的时候，你一定要正视对方的眼睛，而当你聆听的时候，你得看着对方的嘴唇。否则，客户会把你的心不在焉理解为你不诚实，心里有鬼。

有的推销员因为羞怯而不敢直视别人的眼睛，但是客户们绝不会相信一个推销员会害羞。因此，鼓励你努力学会眼神交流法，不管它有多么困难。

在整个推销过程中，你还应当自始至终集中注意力。没有什么比一方在侃侃而谈，而另一方却东张西望更唐突无礼和令人讨厌的了。

要是你精力不集中，你的客户就会想："这小子以为自己有多了不起呢，他要是不把我放在眼里，我才不在乎他卖的是什么——即使白送给我——我也不要。"记住，你不仅仅是通过语言来交谈，还有你的眼神、表情和体态语言。你必须彻头彻尾的真诚，要不然，在客户的眼里，你只是一个不可靠的人。

同样重要的是，你得注意态度真诚而不贪婪。要是赚得太狠，客户就不会愿意与你再度合作。贪婪很可能毁掉你的信誉，使你失去更多的生意。你需要的是长期的、多次的合作，而合作只有在双方都感到满意的时候才称得上是好的合作。

真诚永不过时

要得到客户的信任，经常注意真诚地推销是非常必要的。

有一家公司要添置300万元的办公家具，公司总经理决定向一家颇具规模的家具店购买。

一天，家具店的销售负责人打来电话，要来拜访这位总经理。总经理心想，当对方来时就可以在订单上盖章了。

不料对方提前来访，原来是因为对方打听到该公司职工的宿舍楼即将落成，希望职工宿舍需要的设备也能向他们公司购买，所以对方带着一大堆资料，摆满了桌子。当时总经理正好有事，便让秘书请对方等一下。对方等了一会儿，不耐烦地收起资料说：“那么我改天再来打扰吧。”

突然，总经理发现对方在收拾资料准备离去时，不小心把总经理的名片掉在地上，并在走时又不小心踩了一脚。就因为这一个看似小小的失误，使他永远失去了与这家公司做生意的机会，使得煮熟的鸭子飞跑了。

这个失误看似微不足道，其实，它是不可原谅的，因为名片是一种“自我的延伸”。

具有“自我延伸”属性的事物很多，你的一切用具都可以说是你的自我延伸。你的衣着、你的书本、你的相片等等，可以说，都在某种意义上代表着你。他人对这些东西的不敬就等于是对你的不敬，对此恐怕没有人会持反对意见。

名片更是一个人的化身，把他人的名片弄丢了已是对他人的不尊重，况且在名片上再踩上一脚，这简直就是对他人的蔑视！如果你的名片遭此噩运，你也断然不会同对方做生意的。因为我们每个人都不希望被别人小视，都希望别人认为我们重要。

要记住，对别人真诚，也就是意味着对自己负责任。作为一名推销员你应该懂得遵守这个简单的原理：你可以圆滑一点，但当遇到原则性问题的时候，切莫不诚实。

四、慎重对待客户的约见

不知你还记不记得第一次与恋人约会的情景？你一定是期待万分、精心打扮地准时出现在对方面前。

好，请保持这种状态，作为你与每一位客户见面时的最佳状态。对待客户的约见，也要像对待恋人的约会时那样慎重。

比约定的时间早到

访问客户时，有两种不同的约定时间，一种是你自己所定的访问时间，另一种则是由客户决定的。

对于你自己所定的访问时间，是根据你自身的销售计划或访问计划安排的，大都是确定的。这种时间是由你自己决定的，可以完全由你控制。

最令人感到困扰的，是那种客户来决定的时间。谈生意的活动，一般来说多半是迁就客户的意愿，无法依照你的立场来定时间。在很多情况下，虽然你自己事先拟定了一个访问时间表，事实上仍旧必须按照客户决定的时间去办事。说得极端一些，这个访问的时间经过客户决定后，即使心中有所不满，还是要维持“客户优先”的原则。

会面的时间一经约定，最理想的是提早 7～10 分钟到达。准时去访问当然不会有差错，不过假如客户所戴的手表稍微快了一些，那事情就不好了，因为客户总是以自己的手表为准。尽管你所戴的表才是正确的时间，但是就客户而言，你已经迟到了。

即使没有发生这种客户表快的情形，而在约定的时间才到达，这样也会由于没有休息的时间，就马上进入正题，显得过于仓促。

相反的是，如果你比约定的时间早去 20 分钟以上，也是不好的事。

也许客户在同你会面之前要先与另外的人洽谈，那么你突然冒出来，会影响他们的气氛，致使客户心里不痛快。

话说回来，较约定时间去得迟当然是绝对不好的。一方面当然是不礼貌，一方面倘若客户下面还有一个约会，也许因为你迟来而他出门去了，又也许他与其他人约好要见面，由于你迟到而不能谈妥的事情，也因下一位客人的到来而喊暂停了。

总而言之，比指定时间早去 7～10 分钟到达是相当合理的。比预定时间早点前去，可以获得缓冲的余地，至少可以喘一口气、休息一会儿。

提早些到达，尤其在夏天里，刚好得以擦拭汗水，使心情恢复平静，然后游刃有余地与客户交谈。在寒冷的冬季，由于户外的温度很低，你从别的地方来时显得面色苍白，那么若早几分钟到达，便能慢慢地使脸上气色转好。

为了使访问顺利起见，你必须获得有关路程的交通拥挤、交通事故等状况，作为参考。

绝不做毫无效益的初次接触

某县的农业合作社打算购置一部影印机，于是向几个卖事务机器的公司询价，许多这类公司与合作社接头，结果呢？合作社决定购买 C 公司出品的影印机。据说合作社还推荐 C 公司给其他的机构："请你们跟别的公司比较看看，你一定会觉得很满意的。"

曾经有一家 B 公司，只来了一回就没有消息了。而另一家 A 公司的推销员年轻气盛，虽然是很热心地解说，但也极为固执，使得客户不敢和他打交道。过了几天，A 公司又派来了一位先生，见到已被 C 公司捷足先登，也只有干瞪眼的份了。

无论哪一位推销员和客户初次接洽时，多半是觉得颇有希望的。初次接触虽然很成功，但你也必须判断出买卖成交的可能性。

因此，在与客户初次见面时，不要杂七杂八地与客户闲扯，最好在平时推敲客户的脾气、嗜好、喜欢的事物等。这样，当你与客户见面会谈时，必然十分投机。

要记住，初次接触时不能毫无目的性，而要抱着投石问路的精神去从事。

10 秒之内掌握客户

在推销时，对于客户心中的想法还不知道，因而会面的开始非常重要。要引起听者的注意，接着让他产生兴趣，也就是有兴趣听你说话。

一个人时时在接受周围的各种刺激，但对这些四面八方的刺激并非一视同仁，可能对某一刺激特别敏锐、明了，因为这成为他一刹那间的意识中心。

就是由于人类都有这种反应，所以必须把客户的注意力集中到自己身上。客户的心理，能够因为你高明的开场白而完全受掌握。换句话说，你的第一句话最具有重要性，可以有力地吸引住客户的兴趣。有那么可贵的一刻，当你们目光相接的时候，有许多错综复杂的心理作用就在客户身上发生了。

在这刹那之间，你所说的头一句话，是否能让对方一直听到最后一句话，决定于客户对你有没有产生好感。虽然是说要在开始 10 秒钟之内把握住客户的心，其实这个时间越短越有利。

你要抓住客户的心，最长也不可超过 10 秒钟。当你开门的那一刻，也要同时打开客户的心门。

五、打动客户的心

你应该知道，初次见面时，客户会很冷淡。即使与你热情打招呼，也是出于礼貌而已。客户的防备心理很强，它像一堵砖墙一样，防止外来侵袭，防止被推销。

拉近距离

初见面时，客户通常会有警戒心，甚至紧张感。为了消除这种防备，要尽可能使对方产生亲切感。你可以在称呼方面下一些功夫。

据了解，家庭主妇的防御性最强，你在做家庭访问的时候，应该注意到这一点。你的称呼要令她们不自觉地涌出一股亲切感。

家庭拜访时，如果这户人家的小孩也在场，要对小孩表示出亲切与好感。这样，不仅母亲会觉得很亲切，就连小孩也会认同眼前这位叔叔（或阿姨）。如此一来，买卖双方的距离就愈来愈近了，生意成交的可能性也大大提升了。

如果你经常出入公司与办公大楼，你就应深知这种业务语言的秘诀。接触客户时，即使与对方初次见面，你也要表现出一副知己的样子，亲切地与对方交谈。

使初见面的客户产生亲切感，消除推销时可能产生的微妙尴尬，乃是进入商谈的第一步。

为了能够顺利推销，你最好能和客户搭起一座心桥，以直呼对方的姓名，以此来建立彼此间的情谊。记住人名，是任何政治家、企业家出人头地的必要条件。你也一样，要想在推销界崭露头角，就要培养这方面的能力。

投其所好

为了要和客户之间打通沟通的墙，你最好尽早找出共通的话题。在拜访之前先收集有关的情报，尤其是在第一次拜访时，事前的准备工作一定要充分。

打过招呼之后，谈谈客户深感兴趣的话题，可以使气氛缓和一些，接着进入主题，效果往往比一开始就立刻进入主题来得好。

天气、季节和新闻虽然也都是很好的话题，但是大约1分钟左右就谈完了，所以很难成为共通的话题。

所以，关键还是在于客户感兴趣的东西，你多多少少都要懂一些。要做到这一点必须靠长年的积累，而且必须靠不懈地努力来充实自己。

纽约有一位杜维诺先生经营一家最高级的面包公司——杜维诺父子公司。他想把自己的面包推销到纽约一家大饭店。于是，他一连四年都给该饭店的经理打电话，还去参加了该经理出席的社交聚会。他甚至在该饭店住了下来，以便成交这笔生意。但是，杜维诺的这些努力都毫不见效。那位经理很难接触，他压根就没有把心思放在杜维诺父子面包公司的产品上。

杜维诺百思不得其解，继而终于找到了症结所在。于是，他立即改变策略，去寻找那位经理感兴趣的东西，以便投其所好。

经过一番调查，杜维诺发现该经理是一个叫做“美国旅馆招待者”组织的骨干成员，最近还被当选为主席，对这个组织极为热心。不论会员们在什么地方举行活动，他都一定到场，即使路途再远也非出席不可。

第二天，杜维诺再见到这位经理时，开始大谈特谈“美国旅馆招待者”组织。这位经理马上做出令他吃惊的反应，滔滔不绝地与他热情交谈起来。当然，话题都是有关这个组织的。

结束谈话时，杜维诺得到了一张该组织的会员证。他虽然在这次会

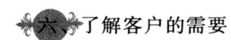
面中没提面包之事，但没过几天，那家饭店的厨师就打来了电话，让杜维诺赶快把面包样品和价格表送过去。

“我真不知道你对我们那位老板动了什么手脚。”厨师在电话里说，“他可是个难以说服的人。”

“想想看吧，我整整缠了他四年，还为此租了你们的房子。为了得到这笔生意，我可能还要缠他几天。”杜维诺感慨地说，“不过感谢上帝，我找出了他的兴趣所在，知道他喜欢听什么内容的话。”

要知道，你永远是和一个人在打交道，而不是与一台电脑或其他机器交涉。而只要是人，爱就可以融化一切障碍。





六、了解客户的需要

客户到底在买什么？

每一个购买行为的背后都在满足某些客户的需求。客户为什么会购买你的产品？你也许会认为，因为产品的价格低，因为产品的质量好，所以才购买。然而，事实上大部分购买行为的发生，并不仅仅只是因为产品的价格或者是产品的质量。

每个人购买某种产品的目的都是为了满足他背后的某些需求，而这些需求的满足大多数时候并不是产品的表面所提供的功能，而是这些产品所能满足客户消费背后的某些价值观或感受。

在销售过程中，你最重要的工作就是找出客户购买这种产品背后的真正需求或价值观。然后，你就可以调整自己的销售方式及产品介绍过程，让客户能够明确地感受到这一产品能够符合他们某些内在的价值观以及满足他们真正购买这一产品所需要获得的感觉。

举例来说，许多人买车，他们买的并不是车子本身。他们买的可能是车子所能够带给他们的某些感觉，比如说便利的感觉、安全的感觉、舒适的感觉、身份的象征、成就感、自信心等等这些所谓的价值观。

销售行为的第一步就是找出客户真正的需要，这样你才能够引导对方买下你所推销的东西。当你充分了解你的产品，并且推销技巧日臻纯熟的时候，你的这种能力也将日益提高。最顶尖的推销员就是让这份能力变成一种本能，在掌握人心的情况下，充分发挥出推销的本领。

寻找基本需求

下面都是人类的最基本需求，也正是你寻找客户真正需求，并把它变成购买力的最佳机会：

1. 安全感

手上拥有金钱以作为保障，或是有财务上的忧虑等等。

2. 自卫的本能

对自己和家庭成员健康的顾虑。

3. 便利

要求舒适的环境，或要求在短期内获利的方法。

4. 对自己的要求

智力的发挥，对知识的渴求以及精神生活的充实等等。

5. 食品、衣物或是房子

每个现代人每天都不停地在消费这些东西，因为这是他们生存的基本条件。

6. 其他的必需品

在现代社会里，很多以往不需要的东西如今都变成了必需品。这些必需品在几十年以前是不存在的，例如汽车、冰箱、洗衣机、烘干机、电话等家庭用品。

7. 赚更多的钱

你可以告诉你的客户：买了你推销的东西以后，他能够多赚多少钱。大多数的推销员都必须不停地说服客户，让客户们了解他们产品的品质有多好，或是购买他们的产品将获得多高的利润。

有头脑的房地产推销员都会告诉客户，现在花钱买栋房子不但可以保值，而且还可以在地价上涨时获得巨利。至于证券顾问公司的推销员，则通常会告诉你目前股票的成长情形，让你相信将来有利可图。还有那些公债推销员最常用的说辞是：买了公债便可减轻税务上的负担。利用这些可见的利润，或是预期的财富来诱导客户购买，这就是针对人

们对于安全的顾虑。

8. 企业的效率化

出色的办公室设备推销员都会告诉买主，他的产品能够减少多少人力，并提高文书的正确性，改进办公室里的低效率，而使这个公司赚更多的钱。这种诱导的出发点，事实上便是针对人们对安全感和便利的渴求。

9. 内心的宁静

能带给人们安全舒适的产品和服务真是不胜枚举。小至汽车里的安全带，大至推销保险等等，都属于这个项目。美国的消费大众每年要花几百万美金购买一些防备性的药物。如果你推销的产品能够提供这种安全感，那么你就很可能挖到金矿。

10. 社会地位

即使在今天这个能源短缺的时代，大型的轿车仍然是社会地位的象征。想想看你的朋友里有多少人在买房子后不向他人炫耀？这种要求人们承认他的社会地位的心理，可以助你推销出像钻戒、貂皮大衣和私人游泳池等这类的奢侈品。现在愈来愈多的度假胜地、上流俱乐部、餐馆以及美容行业都是靠着这个心理因素而存在的。

值得强调的是，“购买需要”是一个弹性很大的因素，当你在考察和分析客户的购买需要时，还要考虑其购买的可能性。

如果某一位客户刚刚购买了此类家电产品，就算你有着高超的推销手腕，所推销的家电产品在各方面也优于客户先前买下的那种产品。但是在既定事实面前，客户不可能马上丢弃手中的产品而再度购买，你要促成这笔交易也不是一件容易的事。



七、以感情取胜

请扪心自问：你有没有努力使过手段，制造机会，让自己达到目的，从而获得自己所追寻的东西？

或许你根本没有意识到这一点，你只是出于本能地在这样做。举例来说：若是你已婚，请回想当年，浓情蜜意时，是如何向她（或他）求婚的？

你当然是千方百计地不想让这份“合约”被拒绝吧？那时候，你用的正是推销高手的战略，同样的手法，只是你不自觉地用在个人生活上罢了。

求婚时，你一定是尽量显示自己出色的一面。有时候，甚至会别出心裁，来个惊天动地的大行动。比如说，你在交通要道上租个大广告牌，上书：“×××，我爱你！”盼望的是被呼唤的人深深被打动，进而无法拒绝。

为了自身的“推销台词”，你的演出一定少不了：月光、烛光之类的罗曼蒂克。反正你绝不会认为在早上乘地铁上班时，是说那种话的好时机。

而你求婚的言辞，必定是充满感情的，在不自不觉间油然涌出。就在今天，此时，此地，你非要拥有她（他）不可。被拒绝是不行的。因此，你成功了！

“胜利”之后，自然是满心欢喜。这时，决定性的关键是感情，绝不是理性剖白，诸如：我会努力存钱装修房屋，请个佣人之类的。或者是：有太太烧饭，那我就不用花钱上馆子了。

有没有发觉？你几乎有意无意间已用上了推销理论的所有高招：

你有坚定的意向，推销自己；

为“推销自己”策划时间、地点和行为，就像制作演出一样；

想办法展现自己的优点（不吹嘘膨胀），因为想维持久远的关系；

投注浓重感情；

抛开所有为自己的自私想法，你也会确信这份奉献、婚姻为你的对象带来快乐幸福，是完全有利的建议；

对为达目的而使用的或大或小的计谋，你不会也不必有丝毫不道德的感觉。

虽然不见得所有的求婚情况都是如此，但你要相信，大部分人都是运用了推销手法才成功的。

运用情感

在推销工作中有不少与求爱过程类似的地方，推销员与客户的交往也好似在“谈恋爱”。能够把恋爱技巧运用到推销上的人将会是成功者。

试想如果你看上一个女孩，第一次见面就跟她大谈特谈数学、物理、逻辑，那你注定要情场失意。同样，你如果与客户一见面就大谈商品、谈生意，谈些深邃难懂的理论，那你一定会商场失意。

你不妨回忆一下以前谈恋爱时的情形：在第一次约会之前，你会考虑如何以最佳方式跟姑娘交谈，穿什么式样的服装，并计划约会后的交往安排。随着双方约会见面次数的增加，彼此之间的情感也逐渐增强了。

在大多数时候，求婚者不会直截了当地一见到意中人就说：“你嫁给我吧！”或者说：“请你永远爱我！”如果你用这种方式追求女朋友，失败的可能性很大。

在推销产品时，你同样不能一见到客户就贸然提出："你买我这些产品，行吗?"这时，你应当采取类似求爱的策略促成交易，以感情取胜。

关于成交时机的把握问题，你可以通过观察对方的购买信号来判断是否可以成交，但这些信号不是百分之百地准确，它们仅仅供你参考，而不能对此过于迷信。

正因为成交的时机并非可以轻易掌握，而选择合适的成交时机又那么重要，出于保险起见，你可以先来个投石问路，试探对方的反应。这就像小伙子向姑娘求爱，在不知道对方是否同意的情况下，动脑筋想方设法试探对方。

你可以通过询问、暗示和诱导的方式来达成交易，也可以运用几句巧妙的洽谈对话。这类对话方法与一般商谈不同，是以假设的形式进行的，它意味着运用这种成交技术不是要客户斩钉截铁地决定"买"或"不买"，而是引导客户朝着成交的方向逐步接近。

在推销场合，商战如情场，采用"攻心为上，以情取胜"的方式，会使你的成功指数提高一大截。



八、满足客户最微小的愿望

人们常说：在阴沟里翻船。推销也是如此，有时一些看似微不足道的小事情，就会让你所有的努力付诸东流。

信任往往源于极其微小的举动。要取得客户的信任，并非需要干什么大事，而是要注意每件小事，要百分之百地体察人们当时关心的问题，并采取行动满足对方的要求。

世界上，人们最关心的事情莫过于与己相关的哪怕是微不足道的小事。对能百分之百满足自己愿望的人，总希望下次还能关心到自己。

不要在小事上摔跟头

艾森一直想买一台计算机，于是和推销员约好下午一点半到他的办公室去面谈。艾森准时到达了推销员的办公室，却在 20 分钟后才看到那位推销员趾高气扬地走了进来。

“对不起，我来晚了。”他说：“我能为你做点什么？”

“你知道，如果你是到我的办公室做推销，即使迟到了，我也不会生气，因为我完全可以利用这段时间干我自己的事情。但是，我上你这儿来照顾生意，你却迟到了，这是不能原谅的。”艾森直言不讳地说。

“我很抱歉，但你知道我正在街对面的餐馆吃午饭，那儿的服务实在太慢了。”

“我不能接受你的道歉，”艾森说，“既然你和客户约好了时间，当你意识到可能迟到时，你应该抛开午餐赶来赴约。是我，你的客户，而不是你的胃口应该得到优先考虑。”

尽管这种计算机的价格极具竞争性，品牌也不错，但艾森却毫不迟疑地离开了。

要记住，尊重客户是给人良好感觉的前提。要从每一件小事，每个细节上表现出你对客户的尊重，满足他希望受人重视的愿望。那样，他也会让你感觉良好的。

注重细节

很多时候，推销员失去客户通常是因为他们没有注意那些看起来似乎无关紧要的细节。如果你能够稍微认识到忽视细节有可能得罪客户的话，那你就应该毫不犹豫地重视那些小事情。

安妮是美国的一位高级住宅推销员，她就从来不会错过为她的客户提供琐碎服务的机会。她说：

> “我一直保持为客户提供那些与房地产推销不大相干的服务。例如，我这儿成了他们的信息中心，我会告诉他们有关教育制度、残疾儿童学校、养狗场、教堂、能干可靠的看门人等等方面的消息。
>
> “当客户们不在城里时，我会与公用事业公司联系，要求他们停止给客户们供电、供水、供气以及暂停电话服务。我有时也会去拜访那些承包商，并且和他们一起布置房间，比如贴壁纸、挂油画、铺地毯等等。我甚至还会在干旱期替客户们浇洒草坪。”

在必要时，安妮还会毫不迟疑地自掏腰包替客户们办事。

有一次，一对夫妇刚搬进新居，却发现缺少车库大门的遥控器。因为卖方已经搬到别的城市去了。于是她马上买来新的遥控器作为弥补。虽然她花了自己的150美元，但那套房子价值50万美元。

相比之下，客户的良好感觉对推销员来说重要得多。在那些大宗交易中，客户往往反感推销员拿了佣金却不提供优质服务。当客户把如此

多的钱交给你时，他们完全有资格享受英女王般的待遇。

与客户经常联络

有的推销员成交后，客户就再也见不到他的人，也听不到他的问候了。这样很容易引起客户的反感，客户会想：难道你就只是利用我来赚钱而已吗？

千万不要成为这样的推销员，你要随时与客户保持联系，用你的真心去关怀他们，这样你才可能有更多的机会。

乔·吉拉德就十分推崇这种方式，他总是希望客户们在成交之后不要忘了他，所以他制定了一项写信计划。曾有人开玩笑说："当你从乔手中买下一辆汽车后，你必须要出国才有可能'摆脱'他。"

乔每个月都要给他的所有客户寄出一封信，这些信都装在普通信封里，信封的颜色和大小经常变化，这样就没有人知道里面是什么内容。乔还留心不让这些信看起来像邮寄广告宣传品，以避免还未拆开就被客户扔进垃圾袋里。

乔还会随信附上一张卡片，卡片的表面一律写上"我爱你"。但是在卡片的里面，每月都换新的内容。他从来不在每月的 1 号和 15 号发出这些信，因为这两天正是大多数人需要缴纳各种日常费用的日子，而他希望他的客户收到信时能有一种好心情。

乔每年都以非常愉快的方式，让乔的名字在客户家中出现 12 次。在乔推销生涯的后期，他每月要寄出14 000张卡片，也就是说每年要寄出168 000张。

乔为什么要这样做呢？他只想告诉他的客户一件事，那就是他喜欢他们。那么乔这样做又值不值呢？相信你知道答案。这些信件极大地保证了乔每年所有交易的 65%都来自于那些老客户的再度合作。

你一定想问，每一张卡片到底能起多大作用。我们没办法了解到单张卡片能对某一个人产生多大的影响。然而，当你立刻给客户回电话表

示良好祝福时，当你及时提供客户所要求的产品资料时，或者当你给一位新客户寄出一封感谢信时，你又怎么能精确地量化出这些小事的价值呢？

这些行为本身并不能带来多大变化，毕竟，没有人会因为自己收到一张生日的卡片就跑去照顾几千美元的生意。但是，这些细微的、考虑周到的做法长期坚持下去，在总体上一定能够影响你的客户，并给你的生意带来显著的变化。